GROSSER SONDERTEIL ZUR PHOTOKINA 2008 (BITTE HEFT WENDEN)

SEPTEMBER 2008 9

G 2278

hi tec HANDEL

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDESVERBAND TECHNIK DES EINZELHANDELS e.V. (BVT)

IFA 2008

Erfolgreiche Premiere

PICTURE FRAME 2

TOSHIBA
Leading Innovation

RESOLUTION+

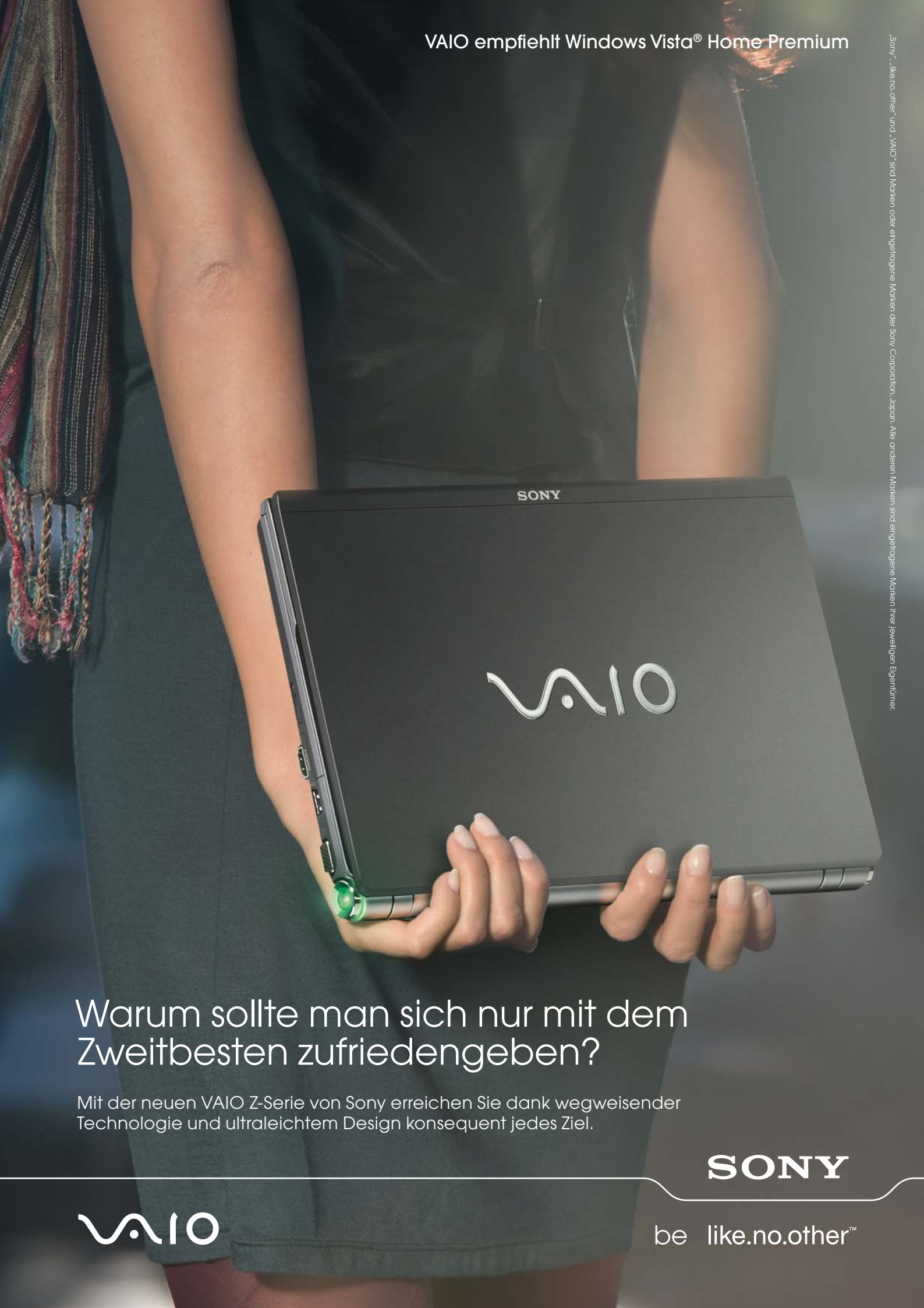
INTERVIEW

Jeffry van Ede
Sony

TOSHIBA
Beste Sicht

UE
Neue Welten

VAIO empfiehlt Windows Vista® Home Premium



Warum sollte man sich nur mit dem Zweitbesten zufriedengeben?

Mit der neuen VAIO Z-Serie von Sony erreichen Sie dank wegweisender Technologie und ultraleichtem Design konsequent jedes Ziel.

SONY

VAIO

be like.no.other™

„Sony", „like.no.other" und „VAIO" sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Alle anderen Marken sind eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

Von Sonne, Schatten und Selbstbewusstsein

Sonne satt während der IFA. Die Sonne schien den Herstellern so doll in die Orderbücher, dass selbst Teams von mehreren Mitarbeitern oft kaum mit dem Ausfüllen der Bestellungen nachkamen. Sie schien auch auf das gesamte Messegelände und machte so einen Ausflug auf die IFA zu einer Art Picknick mit Internetanschluss und Wohlfühlfaktor unterm Funkturm.

Ein großer Schatten fiel am Freitag, den 29. August 2008 auf die IFA. Auf Betreiben der Firma Sisvel wurden in mehreren Hallen – hauptsächlich aber in der Halle 27 – ganze Stände leer geräumt. Und zwar so, dass neben der Technik in Form von LCD-Fernsehgeräten, MP3-Playern, Telefonen und Sett-Top-Boxen auch Faltblätter und Kataloge abgeräumt und beschlagnahmt wurden. Mehr als 200 Beamte der Zollfahndung waren im Dauereinsatz. Und da ohnehin Medienvertreter vor Ort waren, fand das ganze Horrorszenario natürlich seinen Niederschlag in den TV-, Online- und Printmedien.

Das Handelsblatt vom 2. September zitierte in diesem Zusammenhang den Patentanwalt Daniel Papst, dem die Firma Sisvel durch ihr aggressives Vorgehen bereits bekannt ist. Er redet auch von Patent-Trollen. Das sind Firmen, die Patente – teilweise aus Konkursmasse – aufkaufen und danach „möglichst viele Firmen mit Klagen über Lizenzzahlungen überziehen" (Handelsblatt). Ein wenig zu viel Schatten für zwei Branchen, die gerade zu neuen Superlativen durchstarten wollen? Zumindest ein schwarzer Fleck in der hektischen UE-Branche, die solche Dinge hoffentlich bald ad acta legen kann. Denn das Gesetz zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums schiebt dem Lizenzklau einen ordentlichen Riegel vor.

Herrschte früher einmütig Bescheidenheit auch ob der geringen Anteile am Marktgeschehen, so tragen die Logitechs, irivers und andere junge, dynamische Unternehmen die Brust inzwischen mit stolzem Selbstbewusstsein vor sich her. In der Pressekonferenz von Logitech gipfelte das in dem Anspruch, die Consumer Electronics von morgen zu sein. Das mag, angesichts von lediglich zwei neuen Produkten, etwas weit hergeholt sein. Auf der anderen Seite hat die Firma das Zeug dazu, kleine Anbieter, wie Ultimate Ears, aufzukaufen und Thomas D. von den Fantastischen Vier als Markenbotschafter für drahtloses Hi-Fi zu gewinnen.

Nach der IFA ist vor der IFA. Hoffentlich gibt es 2009 nur noch Sonne und Selbstbewusstsein.

Jo Clahsen

MAGAZIN

Magazin: Trends und News 4
ZVEI: Aktuelle Situation 10

IFA 2008

IFA: Der große Nachbericht 12
Messe Berlin: Gelungene Premiere 14
BVT: Zukunft des Service 14

UE

Toshiba: Scharfe Fernseher 16
Sony: Interview mit Jeffry van Ede 17

PRODUKTE

Up2Date: IFA-Neuheiten 18

STÄNDIGE RUBRIKEN

Editorial 3
Inserentenverzeichnis 21
Impressum 21

GROSSER SONDERTEIL ZUR PHOTOKINA 2008
(BITTE HEFT WENDEN)

Seit einigen Jahren erfreuen sich HD-ready- und Full-HD-Flachbildfernseher wachsender Beliebtheit. Das Potenzial eines Full-HD-Panels voll nutzen, obwohl keine HD-Quellen zur Verfügung stehen, war lange ein Traum. Dank integrierter „Resolution+"-Technologie erzeugt Toshibas Flat-TV-„ZF"-Serie aus Quellen in SD-Auflösung Bilder von nahezu HD-Qualität. (Foto: Toshiba)

FOTO: EPSON

Der erste recyclebare Drucker: „EC-01" von Epson

EPSON

Der Öko-Freund

Er ist einfach, schmucklos, gerade mit dem Nötigsten ausgestattet und unterscheidet sich nicht nur darin von den derzeit auf dem Markt erhältlichen Tintenstrahldruckern. Die Rede ist vom „Epson EC-01". Bei diesem Tintenstrahldrucker verzichtet Epson auf die Nutzung ökologisch schwer abbaubarer Materialien und liefert den Drucker stattdessen in schlichtem braunen Karton aus Umweltpapier. Die Bedienungsanleitung ist auf Recyclingpapier gedruckt, während alle anderen schriftlichen Unterlagen Platz sparend auf einer CD untergebracht sind – in einem Briefumschlag aus ungebleichtem Papier. Der ökologische Gedanke macht jedoch nicht bei der Verpackung Halt. Auch der Drucker selbst ist recyclebar, besitzt daher auch keine Lackierung. Der „EC-01" soll, laut Epson, im Vergleich zu anderen Druckern nur sehr wenig Strom verbrauchen und schont so Umwelt und Geldbeutel.

Ein zusätzlicher Clou des Mehrwegdruckers steckt jedoch in seinem Inneren: Mit dem „EC-01" gehört auch der Patronenwechsel und damit anfallender Abfall der Vergangenheit an. Die Tintenpatronen sind fest im Drucker verbaut. Die Reichweite der Einzelpatronen soll für rund 8 000 Seiten ausreichen. Ist die Tinte des Printers aufgebraucht, kann der Anwender abermals sparen. Er gibt den Drucker dem Händler zurück und erhält von ihm sein Pfand in Höhe von 50 Euro. Der Händler führt den Drucker dann via Epson einem Recyclingsystem zu. Neben seinen ökologischen Stärken verzichtet der „Epson EC-01" nicht auf Kartenslots und Highspeed USB 2.0. Sie sorgen für eine problemlose Verbindung mit den externen Geräten. Bei einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 24 Seiten pro Minute und einer Kapazität von 100 Blatt ist der „EC-01" nicht nur für den Hausgebrauch, sondern auch für kleine Unternehmen und Selbstständige eine preisgünstige und ökologisch verträgliche Alternative. Da die Patronen nicht entnommen werden können, bietet sich sein Einsatz auch in öffentlichen Räumen wie Schulklassen oder in der Gastronomie an.

SPAUN ELECTRONIC

Next Generation

Spaun electronic liefert erstmals eine Generation an „8 SAT-ZF-Ebenen Kompakt-Multischaltern" für die Versorgung von 14, 18 oder 32 Teilnehmern aus. Die Modelle „SMS 91409 NF", „SMS 91809 NF" und „SMS 93209 NF" verfügen über ein neues Eingangsstufenkonzept für höhere SAT-Eingangspegel von größeren SAT-Antennen beziehungsweise moderner LNBs und sind mit einer aktiven Terrestrik für DVB-T-Signale ausgestattet.

FOTO: SPAUN ELECTRONIC

Die neue Generation von „8 SAT-ZF-Ebenen Kompakt-Multischaltern" von Spaun electronic, hier das Modell „SMS 91809 NF"

KODAK

Die Vielseitige

Kodak erweitert mit der Kodak „EasyShare Z1015 IS" seine „Z"-Serie digitaler Zoomkameras. Ausgestattet mit einem 15-fach Zoom und einem 28 Millimeter Weitwinkel-Objektiv, kann die „Z1015 IS" auch sehr weit entfernte Motive schnell heran holen und sie formatfüllend abbilden. Der intelligente Aufnahmemodus „Smart-Capture" mit Motiverkennung und Aufnahmekontrolle soll die Kameraeinstellungen so anpassen, dass in fast jeder Umgebung die besten Ergebnisse erzielt werden können. Mit der kurzen Auslöseverzögerung von weniger als 0,22 Sekunden verpasst der Fotograf auch bei Actionbildern keine Aufnahmegelegenheit mehr. Scharfe HD-Aufnahmen im 16:9-Format und Videoaufnahmen in hochauflösender Qualität können mit Hilfe der Kodak „EasyShare HDTV-Kamerastation" auf einem HDTV-Gerät betrachtet werden.

FOTO: KODAK

Für Fotos mit Reichweite: „EasyShare Z1015 IS"

E-PLUS

Neuer Vertriebskanal

Die E-Plus Gruppe baut den Online-Vertriebskanal weiter aus. Ab sofort können Interessierte auf www.e-seller.de Produkte von E-Plus, Base und vybemobile vermitteln und bares Geld verdienen. In Kürze soll zudem der Handel in das Programm durch gezielte Aktionen mit einbezogen werden. Laut E-Plus ist das Programm einfach aufgebaut und bietet E-Sellern eine optimale Unterstützung bei der Werbung von Neukunden. Unmittelbar nach der Registrierung stellt E-Plus jedem E-Seller einen persönlichen Bereich inklusive eigenem Online-Shop zur Verfügung. Hier lassen sich unter anderem via E-Mail oder Newsletter Produkte empfehlen oder mit vorgefertigten Bannern im Internet bewerben. Ebenso stehen Werbemittel zum Download bereit. Die verdiente Vergütung pro Vertragsabschluss erhält der E-Seller auf sein Konto überwiesen. Erfolgreiche E-Seller profitieren zudem von einer ansteigenden Vergütungsstaffelung.

Mobiler Helfer: das Mobiltelefon „PowerTel M 5000“ von Amplicom

FOTO: AMPLICOM

AMPLICOM

Mobile Hilfe

Einen Helfer für den Alltag, aber auch gerade für den Notfall bietet Amplicom mit seinem Mobiltelefon „PowerTel M 5000“. Das Gerät verfügt über spezielle Funktionen für die Anforderungen von Menschen mit Hör- oder Sehschwäche sowie älteren Personen. Das Highlight dürfte die Notruftaste auf der Rückseite des Gerätes sein. Im Fall der Fälle wählt das Gerät nacheinander drei vorher festgelegte Nummern an, um schnellstmöglich und selbstständig eine Verbindung herzustellen. Die Anrufe setzt das Gerät so lange automatisch fort, bis eine der Kontaktpersonen das Telefonat annimmt. Zum anderen löst die Aktivierung der Notruftaste einen akustischen Alarm am Gerät aus, so dass auch das unmittelbare Umfeld auf den Hilfebedürftigen aufmerksam wird.

Menschen in dieser Ausgabe

Thomas Bruckbauer, FEC

Willy Fischel, BVT

Jan Geldmacher, Vodafone

Olaf Genze, Rexel

Michael Gleich, Ringfoto

Dr. Christian Göke, Messe Berlin

Dr. Rainer Hecker, gfu

Jens Heithecker, Messe Berlin

Hans-Joachim Kamp, ZVEI

Oliver P. Kuhrt, Koelnmesse

Hans-Peter Lorenz, MediMax

Michael Sauer, Toshiba

Lars Schimming, Panasonic

Rainer Schmidt, Photoindustrie-Verband

Franz Schnur, Telering

Jeffry van Ede, Sony

Werner Winkelmann, Euronics

Dr. Reinhard Zinkann, ZVEI

DGH
GROSSHANDEL

www.DGH.DE

DGH Großhandel · Postfach 5426 · 97004 Würzburg
Tel 0931 9708444 · Fax 0931 9708422 · info@DGH.de

BELKIN
Netzwerk USB Hub
– 5 USB-Geräte direkt anschließbar und bis zu 15 weitere über optionale Multiport-USB-Hubs
– für Multifunktionsdrucker, ext. Festplatten, Kartenleser, etc.
– gemeinsame Nutzung der Geräte im Netzwerk
Bestellnr. 211092

EVP* 79,-
HEK unter www.DGH.de

BELKIN
Powerline AV 200 Mbps Adapter
– Vernetzung von Computern über vorhandene elektrische Leitungen
– Datenübertragung mit Geschwindigkeiten von bis zu 200 Mbit/s
– einfache Einrichtung per Plug-and-Play
Bestellnr. 257215

EVP* 129,-
HEK unter www.DGH.de

BELKIN
7-Fach Networking Surge 2 m
– 7 überspannungsgeschützte Netzausgänge, Telefon/DSL- und Netzwerkkabelschutz
– hochbelastbares 2 m Netzkabel
– Herstellergarantie von bis zu 275.000,- Euro für angeschlossene Geräte
Bestellnr. 110208

EVP* 39,99
HEK unter www.DGH.de

* EVP = von DGH empfohlener Verkaufspreis

FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC

Mit „Easyphoto" lässt sich zusätzlicher Umsatz generieren

MITSUBISHI ELECTRIC

Fotodruck leicht gemacht

Mit seinem neuen „Easyphoto"-Desktop-SB-Terminal bietet Mitsubishi Electric ein digitales Foto-System für zusätzliche Umsatzmöglichkeiten am PoS an. „Easyphoto" besteht aus einem zehn Zoll großen Touchscreen-Terminal und dem Mitsubishi Fotoprinter „CP9550DW-S". Das System eignet sich, laut Mitsubishi Electric, nicht nur für den Einsatz im traditionellen Fotofachhandel, sondern auch für Anbieter anderer Waren oder Dienstleistungen. „Easyphoto" benötigt auf der Ladentheke nur wenig Stellfläche und passt so auch in kleinere Verkaufsräume. Der Drucker wird flexibel auf oder hinter der Ladentheke aufgestellt. Digitale Bilddateien können von allen gängigen Speicherkarten, CD/DVD und via Bluetooth eingelesen werden. Ein integrierter Brenner ermöglicht das Speichern der Bilddateien auf CD oder DVD. Die Benutzeroberfläche ist intuitiv aufgebaut, die Menüführung mehrsprachig. Das neue System ermöglicht zudem alle gängigen Schritte der Bildbearbeitung wie Indexprint, automatische Größen-, Format- und Helligkeitsanpassungen, Rote-Augen-Korrektur und die Erstellung professioneller Passbilder. Ausdrucke in Schwarzweiß und Sepia sind ebenfalls möglich. Der Desktop-Terminal druckt digitale Fotos im Format 10 x 15 Zentimeter bis 15 x 23 Zentimeter über den professionellen Fotoprinter „Mitsubishi CP9550DW-S". Ausgestattet mit der „Dual Line Technology", sorgt der Drucker mit der doppelten Anzahl von Heizelementen für höchste Detailgenauigkeit. Je nach Bedarf und Budget ist das System individuell erweiterbar. Optional erhältlich sind ein Belegdrucker und ein kabelloses Keypad zur Auftragsbestätigung sowie weitere Software-Pakete zur Erstellung biometrischer Passbilder oder von Kalendern, Collagen und Mosaiken.

BVT

BVT-Einkaufsberater

FOTOS: BVT

Der „Pocket-Guide Energie" – herausgegeben von BVT, gfu und ZVEI – hält auf 16 Seiten umfassende Informationen zur Auswahl von sparsamen und energieeffizienten Geräten der Consumer Electronics und von Hausgeräten bereit. Die Broschüre bietet neutrale Beratung für den Kunden und ist zudem eine hilfreiche Abverkaufsunterstützung für den Fachhandel. Der „Pocket-Guide Energie" ist mit markenneutraler Information für die Verbraucher eine weitere kompetente Beratungs- und Abverkaufshilfe für den Fachhandel.

Mit dem „Pocket-Guide HDTV" erhalten Kunden die wichtigsten Daten und Begriffe zum Thema HDTV. Pünktlich zur IFA haben der BVT, die gfu, die Deutsche TV-Plattform und der ZVEI ihr Gemeinschaftsprojekt in der zweiten, aktualisierten Auflage herausgegeben. Die 16-seitige Broschüre erleichtert dem Verbraucher die Auswahl von Technik und Systemen für den HDTV-Genuss. Sie bietet beste Beratung für den Kunden und ist zudem eine optimale Abverkaufsunterstützung für den Fachhandel.

Die beiden kleinen Berater im Taschenformat stehen auf den Internetseiten der Partner BVT, gfu, TV-Plattform, ZVEI und hitec HANDEL sowie hitec ELEKTROFACH zum kostenlosen Download bereit. Fachhändler können die Pocket-Guides auch direkt beim Verlag in zwei Versionen (mit und ohne Händlereindruck) bestellen. Bestellung, Staffelpreise und Händlereindruck und weitere Informationen bei:

S.O.K. Verlagsgesellschaft mbH
Fax: 0 21 51/15 25 6-29
Email: info@sok-verlag.de

FOTO: SONY

Die aktuellen Modelle des Sony Alpha-Systems

SONY

Foto on Tour

Noch bis Oktober ist Sony mit seiner mobilen Roadshow auf Deutschlandtour und präsentiert die aktuellen Modelle seines digitalen Spiegelreflexkamera-Systems. Im Rahmen der „Aufnahmezustand-Tour 2008" präsentiert Sony das aktuelle Portfolio an digitalen Spiegelreflexkameras, Objektiven und Zubehör des Alpha-Systems. Ein eigens für die Tour umgebauter Doppeldeckerbus rollt bis Oktober quer durch Deutschland und bietet Profis, Hobbyfotografen und Fotobegeisterten die Möglichkeit, mit den Produkten von Sony zu experimentieren. Neben einer Ausstellung der aktuellen Produktpalette wird der Bus auch ein mobiles Fotostudio und Praxisbereiche für Tele- und Makrofotografie bereitstellen. Die Tour wird zusätzlich von einer Verleihaktion begleitet: Fotografie-Fans können ihre Eindrücke in Bildern festhalten und die Produkte des Alpha-Systems kennen lernen. Pünktlich zur IFA startete die Tour in der Hauptstadt. Von dort ging es weiter durch mehrere Städte in ganz Deutschland. Alle Details, Termine und zusätzliche Informationen rund um das Tourgeschehen sind unter www.sony.de veröffentlicht. Begleitet wird die Roadshow von einem Sony-Gewinnspiel. Gemeinsam mit den lokalen Medien der einzelnen Tour-Stationen werden digitale Spiegelreflexkameras von Sony im Gesamtwert von 15 000 Euro verlost.

OLYMPUS/PANASONIC

Neuer Standard

Rund sieben Prozent der verkauften Kameras weltweit sind digitale Spiegelreflexkameras (DSLR). Wohl auch, um den Anteil weiter zu steigern, haben Olympus und Panasonic das „Micro Four Thirds System" vorgestellt. Dieser neue Standard ermöglicht die Konstruktion besonders kompakter und leichter SLR-Produkte. Parallel zum bestehenden Angebot an „Four Thirds"-Produkten sollen die neuen „Micro Four Thirds"-Kameras und -Objektive den Markt der digitalen SLR-Fotografie weiter beleben. Beide Hersteller kündigten zugleich die Entwicklung entsprechender leichter Gehäuse und neuer Objektive an.

EURONICS

Rekordjahr

Die Euronics International kann für das zurückliegende Geschäftsjahr einen Rekordumsatz von 12,6 Milliarden Euro verkünden. „Mittlerweile sind wir in 28 Ländern an über 11 500 Standorten aktiv und erreichen über 600 Millionen Konsumenten in ganz Europa. Nach dem Beitritt neuer Mitglieder aus Albanien, Luxemburg, Spanien, Portugal und dem Baltikum in 2008 repräsentiert Euronics International für die Industrie heute ein Einkaufsvolumen von rund 6,4 Milliarden Euro", erklärte Werner Winkelmann, Präsident von Euronics International im Rahmen der IFA. In 2008 rechnet die Verbundgruppe mit einer Umsatzsteigerung von neun bis zehn Prozent.

FOTO: EURONICS

„Mittlerweile sind wir in 28 Ländern an über 11 500 Standorten aktiv und erreichen über 600 Millionen Konsumenten in ganz Europa." Werner Winkelmann, Präsident von Euronics International

AGFEO

Partnertour 2008

„Einfach mehr Möglichkeiten" der Telekommunikation zeigt Agfeo auch in diesem Jahr seinen Handelspartnern bei seiner Roadshow in Deutschland und im europäischen Ausland. Themenschwerpunkte sind unter anderem: Treffsicher - neue DECT-Telefone; Über alle Grenzen - Agfeo IP-Telefonie; Für Profis - Agfeo Software; Agfeo und Tobit-Software. Die Veranstaltungen finden jeweils von 9:30 bis 12:30 Uhr und von 14 bis 17 Uhr an folgenden Standorten statt:

Hamburg 2. September
Rostock 3. September
Berlin 4. September
Frankfurt a.M. 8. September
Stuttgart 9. September
CH-Egerkingen 11. September
Essen 15. September
Köln 16. September
Karlsruhe 17. September
Freiburg 18. September,
DK-Fredericia 30. September
DK-Aalborg 1. Oktober
DK-Kopenhagen 2. Oktober
L-Luxemburg 6. Oktober
B-Mechelen 7. Oktober
NL-Oisterwijk 8. Oktober
NL-Zeist 9. Oktober
Kassel 13. Oktober
Leipzig 14. Oktober
Nürnberg 15. Oktober
München 16. Oktober
A-Salzburg 21. Oktober
A-Wien 22. Oktober
A-Graz 23. Oktober.

DGH
GROSSHANDEL
www.DGH.DE

DGH Großhandel · Postfach 5426 · 97004 Würzburg
Tel 0931 9708444 · Fax 0931 9708422 · info@DGH.de

DGH GROSSHANDEL – Generalvertretung für HYUNDAI Digitalkameras in Deutschland.

- Qualitativ hochwertige Digitalkameras der Marke HYUNDAI, vom Einsteigermodell bis zur Outdoorkamera.
- Hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis.
- 24 Monate Garantie mit Austauschservice.

Digitalkameras

Neuheit!
Metallgehäuse!

HYUNDAI L 1033
Digitalkamera
– 10,0 Mio. Pixel Auflösung
– 3-fach optisches Zoom 35-105 mm (KB)
– 3,0"/7,62 cm LCD-Display mit 230.000 Pixel
– elektronischer Bildstabilisator
– Gesichtserkennung
– 21 Programm-Modi
– Diktierfunktion
Bestellnr. 255080

EVP* 159,-
HEK unter www.DGH.de

Jetzt NEU in Deutschland!
Digitalkameras vom bekannten Markenhersteller HYUNDAI.

Neuheit!
Metallgehäuse!

HYUNDAI L 8325
Digitalkamera
– 8,0 Mio. Pixel Auflösung
– 3-fach optisches Zoom 37,5-112,5 mm (KB)
– 2,5"/6,35 cm LCD-Display mit 230.000 Pixel
– elektronischer Bildstabilisator
– Gesichtserkennung
– 13 Programm-Modi
– Diktierfunktion
Bestellnr. 255115

EVP* 119,-
HEK unter www.DGH.de

* EVP = von DGH empfohlener Verkaufspreis

HYUNDAI
CAMERA

Zur Person

Lars Schimming (40) ist neuer Trade Marketing Manager bei Panasonic Batteries. Der Diplom-Betriebswirt (FH), war bisher überwiegend im Foodbereich tätig. Seine umfangreichen Marketingerfahrungen sammelte er unter anderem bei Bahlsen, wo er Marketingstrategien und -maßnahmen für Großverbraucherkunden, Cash & Carry und New Channels entwickelte und umsetzte. Als Marketingmanager bei der Heideblume Molkerei war er für die strategische Produktentwicklung und Betreuung des gesamten Sortiments der Molkerei- und Feinkostprodukte zuständig. Zuletzt verantwortete er als Leiter Marketing bei der Könecke Fleischwarenfabrik die gesamte Sortimentsführung für den LEH sowie für Private Labels.

Der neue Geschäftsführer bei Funkwerk Enterprise Communications (FEC) heißt **Thomas Bruckbauer** (46). In dieser Funktion verantwortet er die Bereiche Forschung und Entwicklung, Produktmanagement und Vertrieb. Bruckbauer hat 20 Jahre Berufserfahrung in leitenden und geschäftsführenden Positionen in verschiedenen Bereichen des IT- und TK-Marktes: Vor seinem Wechsel zu FEC war der Diplom-Ökonom Alleingeschäftsführer bei der zur Sagem-Gruppe gehörenden Dr. Neuhaus Telekommunikations GmbH. Davor bekleidete er verschiedene leitende Positionen im nationalen und internationalen ITK-Umfeld, beispielsweise bei der varetis AG, Tellabs Inc., Newbridge Networks Inc. und der Siemens AG.

Michael Sauer (45) bekleidet seit August die Position des Vertriebsdirektors B2B der Toshiba Europe Computersysteme D/A/CH. Damit tritt er die Nachfolge von Bernd Schneider (64) an, der Toshiba Europe Anfang des Jahres verlassen hat. Der Diplom-Kaufmann ist seit 25 Jahren im IT-Vertrieb tätig. Nach ersten Stationen bei Metro, Computerland und Novell übernahm er 1995 die Position des Vertriebsleiters Deutschland bei Sun Microsystems, wo er zudem Mitglied der erweiterten Geschäftsführung wurde. Danach trug er als Vertriebsleiter Großkunden bei Dell die Verantwortung für International Global Accounts. Zuletzt zeichnete Michael Sauer vier Jahre lang in der Position des Head of Sales bei Sage verantwortlich.

Hans-Peter Lorenz (45) ist ab Oktober Geschäftsführer von MediMax. Bisher war er Vorsitzender der Geschäftsführung der Rewe-Tochter Selgros in Polen. Seine Karriere begann er bei Otto. Danach baute er als kaufmännischer Leiter für RWE im Thüringer Wald die Holding-Strukturen auf. Die nächste Station war die Geschäftsleitung des Hamburger Großmarktes Fegro/Selgros. Danach verantwortete Lorenz in der Selgros-Zentrale in Neu-Isenburg den nationalen Außendienst, das Marketing und die Expansion.

SONY

Speicher-Stäbchen

Der neue „Memory Stick PRO-HG Duo HX" ist in zwei, vier oder acht Gigabyte erhältlich. Damit bietet er genug Platz für unbeschwertes Filmen und Fotografieren. Die gespeicherten Daten können mit einer Geschwindigkeit von bis zu 20 Megabyte pro Sekunde gelesen werden. Das Schreiben der Daten geht mit 15 Megabyte pro Sekunde nahezu ebenso schnell. Verglichen mit einem herkömmlichen „Memory Stick PRO Duo" soll das neue Modell die Ladezeiten bei der Verwendung am Computer um ein Drittel reduzieren können. Seine Schnelligkeit verdankt der „MS PRO-HG Duo HX" einer parallelen Acht-Bit-Schnittstelle. Das kleine Speicher-Stäbchen wurde speziell für die Speicherung von Videos, Fotos, Musik und Spielen konzipiert. Wurden aus Versehen Daten gelöscht, kann der Nutzer diese mit dem „Memory Stick Data Rescue"-Software-Service wieder herstellen. Der Service steht online auf der Sony-Webseite zur Verfügung.

FOTO: SONY

Sony gewährt auf seinen neuen „Memory Stick" zehn Jahre Garantie

PIONEER

Klang-voll

Mit dem „S-3EX" hat Pioneer jetzt einen Stereo-Lautsprecher im Programm, der wie sein großer Bruder „S-1EX" in Zusammenarbeit mit der Edelschmiede TAD entstanden ist. Zudem erweitert Pioneer mit dem „S-4EX die „EX"-Lautsprecher-Serie um einen Regallautsprecher und mit dem „S-8EX" um einen Center-Lautsprecher. Alle zusammen bilden mit dem bereits erhältlichen „S-3EX"-Standlautsprecher ein vollwertiges 5.1-Set. Die neuen Regallautsprecher „S-4EX" sind auch für den reinen Stereo-Einsatz im Zusammenspiel mit der exklusiven Pioneer „G-Clef"-Serie ausgelegt. Und passen perfekt zu der Leistungscharakteristik der „G-Clef"-CD-Player und -Verstärkermodelle. Der Einsatz der neuen „S-4EX" ist vielseitig und bietet audiophilen Kunden sowohl im Stereo- als auch im Mehrkanalbetrieb ein Klangniveau, das höchsten Ansprüchen gerecht werden soll.

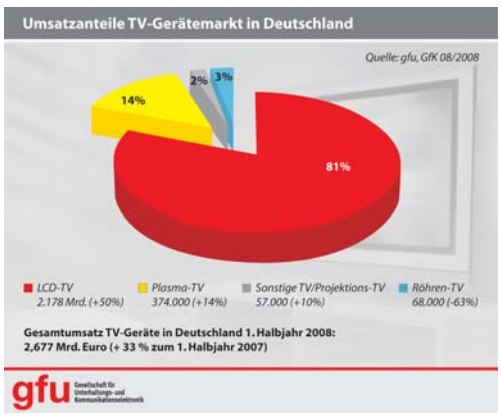
FOTO: PIONEER

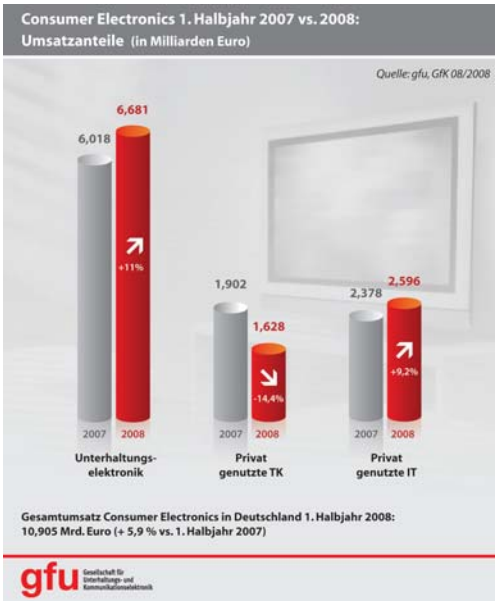
Hör-Genuss pur bieten die neuen Lautsprecher von Pioneer

CEMIX

Gut zugelegt

Zahlen lügen nicht. Und so zeigt der CEMIX, dass das kumulierte Umsatzwachstum der drei Produktbereiche des Konsumentenmarktes von UE, IT, TK gegenüber dem ersten Halbjahr 2007 bei 5,9 Prozent liegt. Maßgeblichen Anteil daran haben die Unterhaltungselektronik mit elf Prozent und die privat genutzten IT-Produkte mit 9,2 Prozent. Bei den privat genutzten Telekommunikations-Produkten wurde dagegen ein Minus von 14,4 Prozent verzeichnet. Der Umsatzzuwachs resultiert hauptsächlich aus Steigerungen in den Bereichen TV-Geräte, digitale Set-Top-Boxen, Home-Audio, AV-Zubehör, Videogames und Notebooks. Für das zweite Halbjahr 2008 rechnen die Marktforscher mit einem deutlich verlangsamten Wachstum. Von der IFA, so sind sich die am CEMIX beteiligten Experten des BVT, der GfK und der gfu sicher, werden allerdings wichtige Impulse für den Markt ausgehen. Deshalb geht die CEMIX-Prognose von einer insgesamt positiven Entwicklung des Marktes für Consumer Electronics aus.





Das Beste

FÜR DIE BESTEN

hitec HANDEL SONDERTEIL IM NOVEMBER 2008

hitec PREMIUM SPEZIAL

Anzeigenschluss: 21. Oktober 2008

Ihr Ansprechpartner:

Wolfgang Esper, Fon 0 24 31. 98 62 38, E-Mail info@ms-esper.de

SOK
VERLAGSGESELLSCHAFT mbH

Zur Person

Vodafone Deutschland und Arcor haben ihre Führungsmannschaft mit **Jan Geldmacher** (46) komplettiert. Geldmacher übernimmt das Ressort Geschäftskunden (Enterprise) bei Vodafone Deutschland und Arcor. Er war zuletzt CEO von BT Deutschland. Der Betriebswirt startete seine Karriere bei NCR/AT&T Global Information Solution im Vertrieb. Danach folgten diverse Positionen in unterschiedlichen Unternehmen der Telekommunikations-Branche. Im Jahr 2000 übernahm er die Leitung der Abteilung International Network & Joint Ventures in der Zentrale der Deutschen Telekom in Bonn. Wiederum ein Jahr später wurde er in das Executive Board von T-Systems International berufen. Dort verantwortete er bis vor drei Jahren das Geschäft für globale Telekommunikationslösungen.

TELERING/WERTGARANTIE

Rundumschutz

Auf gute Partnerschaft: Telering kooperiert mit der Wertgarantie. Im Rahmen des Abakus-Systems der Telering bietet die Kooperation nun auch den Komplettschutz der Wertgarantie an. Mit diesem Schutz sind die Geräte so lange rundum geschützt und gegen sämtliche Eventualitäten abgesichert, wie die Kunden es wünschen.

FOTO: TELERING

Telering – im Bild Geschäftsführer Franz Schnur – kooperiert ab sofort mit der Wertgarantie

Olympia Nanny

FOTO: OLYMPIA

OLYMPIA

Alles hören

Mit dem „Olympia Nanny" hat Olympia jetzt einen Alleskönner in Sachen Babyüberwachung auf den Markt gebracht. Das Gerät besteht aus zwei Teilen, wobei der Babyteil unter anderem über ein Nachtlicht und vier wählbare Wiegenlieder verfügt. Zur Ausstattung des Elternteils zählen neben einem visuellen und akustischen Alarm auch eine Taschenlampe, die eine Orientierung in dunklen Räumen ermöglicht. Zwei weitere Besonderheiten des Babyüberwachungsgeräts sind seine strahlungsarme Sendeleistung sowie der DECT-Standard. Dessen Verschlüsselungstechnik verhindert die Benutzung des Gerätes durch Dritte sowie unbefugtes Mithören.

Stabiler Geschäftsverlauf

ZVEI: Satellit & Kabel

Auf seinem inzwischen traditionellen Pressegespräch informierte der Vorstand des Fachverbands Satellit & Kabel im ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.) über die aktuelle Situation im Markt.

Der Markt für Satellitenempfang und Komponenten für Kabelnetze entwickelt sich auch im Jahr 2008 auf konstant hohem Niveau. Für das zweite Halbjahr 2008 sehen die im Fachverband Satellit & Kabel vertretenen Firmen einen stabilen Geschäftsverlauf. Maßgeblich für das Marktwachstum sind die fortschreitende Digitalisierung der Übertragungswege und der Ausbau der Kabelnetze für Triple-Play-Angebote. Das Kabel ist besonders in infrastrukturschwachen DSL-Versorgungsgebieten eine hervorragende Alternative. Das Potenzial für Internetzugänge über TV-Kabel schätzt die Branche auf etwa vier Millionen Haushalte in den nächsten zwei bis drei Jahren.

FORTSCHRITT NICHT ZUFRIEDEN STELLEND

Die Digitalisierung der Übertragungswege verläuft in Deutschland, trotz prozentualer Zuwächse zwischen 20 und 30 Prozent, nicht zufrieden stellend. Je nach Quelle beträgt der Digitalisierungsgrad insgesamt 42,2 Prozent (Stand 31. Dezember 2007; Quelle: SES ASTRA) oder erst 31,5 Prozent (Stand 1. Juni 2008; Quelle: AGF/GfK). Bei allen Untersuchungen belegt Kabel mit 20 beziehungsweise 17 Prozent den letzten Rang. Während bei der Satellitenübertragung mit 60 und 44 Prozent und bei der terrestrischen Übertragung mit 90 und 95 Prozent die Digitalisierung weiter vorangeschritten ist.

HANDLUNGSBEDARF

Der Fachverband sieht speziell bei den Kabelnetzen weiterhin Handlungsbedarf. Die Modernisierung des Kabels müsse schneller vorangetrieben werden. Nur so könnten Geschäftspotenziale für digitale und interaktive Angebote im Kabel weiter erschlossen werden. Es gelte, den Vorteil des Kabels gegenüber den IPTV-Angeboten der Telekommunikationsgesellschaften zu nutzen.

FOTO: STEHLE

Der Vorstand des Fachverbands Satellit & Kabel im ZVEI zusammen mit Fachjournalisten vor der historischen Kulisse der Wartburg bei Eisenach

Reaktionsschnell.

Ausdauernd.

Full HD in Bestform.

HD Everio

HD Everio

Erster Camcorder mit AVCHD & MPEG2 Dual Format
Er ist vom Start an blitzschnell und meistert mit seiner langen Aufnahmezeit selbst Marathonstrecken in Rekordzeit. Und Dank seiner überragenden Technik ist es ein Vergnügen, mit ihm unterwegs zu sein. Kurz gesagt, er ist in Bestform! Nutzen Sie diese Power zur Verwirklichung Ihrer eigenen Ideen.

Full HD 1920x1080 1080/50P Output

AVCHD MPEG2 Dual Recording

HDD HARD DISK DRIVE
GZ-HD30 mit 80 GB HDD
GZ-HD40 mit 120 GB HDD

Erlebe die Zukunft | www.jvc.de

JVC
The Perfect Experience

Änderungen vorbehalten | Stand Juni 2008
medialis.de

Staubseher

FOTOS: HITEC HANDEL

IFA
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

und Fernsauger

Dass die IFA sich wandeln muss, war klar. Aber – noch – ziehen nicht alle mit. Zwar kündigte Media Markt an: „Die Nummer 1 begrüßt Hausgeräte auf der IFA", aber mancher Zeitungskommentar ätzte dagegen. Der Tagesspiegel meinte gar, dass nur die Fachhändler die VIPs seien, die nicht durch grölendes Publikum gestört werden wollen.

Ein ganz normaler Freitag? Nicht für Olaf Genze. Er steht um 4.45 Uhr auf, fährt kurz vor sechs Uhr die knapp 300 Kilometer von Chemnitz nach Berlin und ist um acht Uhr im Fachhändler-Zentrum der IFA, wo er sich mit Kaffee, Croissant und Katalog auf einen langen Messetag vorbereitet. „Ich komme hauptsächlich wegen der Weißen Ware auf die IFA", meint der Leiter Innendienst bei der Firma Rexel. „Die Weiße Ware kann hier auf der IFA endlich einmal präsentieren, was sie an guter Qualität und an Hightech-Produkten im Angebot hat. Natürlich ist ein 3,20-Meter-Fernseher spektakulärer als ein exzellenter Wäschetrockner, aber Weiße Ware hat auch unter Umweltgesichtspunkten einiges zu bieten, was sehens- und erlebenswert ist." Und während Genze sein Croissant isst, füllt sich das Zentrum für Fachbesucher im Minutentakt mit immer mehr Fachkompetenz.

Fast alle sind angerückt, um das reichhaltige Angebot zu sichten, zu beurteilen und die Orderbücher der Industrie mit Aufträgen zu füllen. Bei Weißer Ware und bei der IFA-typischen Consumer Electronics. „Ich werde auch bei der Braunen Ware schauen, welche Trends im Mittelpunkt stehen", stellt Olaf Genze fest. Aber der Familienvater muss sich damit sputen, denn abends gegen acht möchte er wieder zu Hause sein. Ein langer Tag für einen VIP, der „nicht durch grölendes Publikum gestört werden will".

ÜBERTROFFENE ERWARTUNGEN

Denn zum Grölen hatte das Publikum eh kaum Anlass. Eher zum Staunen. Große Fernseher, flache Fernseher (Sieger: „Sony ZX1" mit 9,9 Millimetern), Blu-ray Player, wohin das Auge blickt und dadurch wohl auch bald genug Content auf Scheiben, der die Technik der HD-ready- und Full-HD-Geräte auch ausreizen kann. Denn ZDF-Intendant Prof. Markus Schächter wie auch ARD-Vorsitzender Fritz Raff ließen auf dem Forum medienpolitik@IFA keinen Zweifel daran aufkommen, dass HDTV als Regelbetrieb in Deutschland erst am 14. Februar 2010 zur Eröffnung der Olympischen Spiele in Vancouver starten wird. Selbst der Vorschlag von Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbandes Consumer Electronics ZVEI, „doch zumindest mal eine Serie wie den Tatort in Full-HD zu übertragen", perlte an den beiden Herren aus dem öffentlich-rechtlichen Lager ab.

Unterm Strich wird die IFA 2008 von Messe Berlin und Veranstalter gfu trotzdem als „Riesenerfolg für Industrie, Handel und Besucher" gewertet, der „die Erwartungen übertroffen hat". Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, spricht gar von einer „nie da gewesenen Angebotsvielfalt und damit der attraktivsten Plattform", die in einem Rekord-Ordervolumen von über drei Milliarden Euro gipfelt. Mit 1 245 Ausstellern aus 63 Ländern und 6 700 Journalisten aus 65 Ländern sowie einem Fachbesucherzuwachs um zehn Prozent sind ebenfalls neue Rekordwerte erzielt worden. Und bei der Fläche findet die Sprache ihr Highlight, weil von der „flächengrößten" IFA ihrer Geschichte gesprochen wird: 122 000 Quadratmeter Hallen sowie 11 000 Quadratmeter so genannter „temporärer Halle". Und das alles, weil Lautsauger neben Staubsprechern standen, weil die so genannte Weiße Ware (jetzt: Home Appliances) endlich eine Allianz mit der Braunen Ware, sprich Consumer Electronics eingegangen ist.

hitec HANDEL-Chefredakteur Jo Clahsen (re.) im Gespräch mit Olaf Genze, Leiter Innendienst bei der Firma Rexel aus Chemnitz

DIE RICHTIGE PLATTFORM

Den VIP-Händlern war das durchaus wichtig, denn erstens wird in den meisten Geschäften aus beiden Segmenten Ware verkauft und zweitens war der Weißen Ware endlich einmal die Plattform geboten, die ihr zusteht. Es geht dabei weniger um den Internetanschluss am Kühlschrank, der ein witziger Gimmick ist, sondern um Hightech mit dem Siegel der besten Umweltverträglichkeit.

Alle Jahre wieder, locken die drei Buchstaben Industrie, Handel und Verbraucher nach Berlin

FOTO: MESSE BERLIN

Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin

Jens Heithecker, IFA-Direktor

Dr. Reinhard Zinkann, Vorsitzender des Fachverbandes Elektro-Hausgeräte im ZVEI

Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI und Aufsichtsrat der gfu

Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu

Erfolgsgeschichte IFA 2008

Sie alle sind zufrieden: die gfu als Veranstalter der IFA, die Messe Berlin sowie die Aussteller der Braunen und Weißen Ware. Diese Premiere kann als durchweg gelungen bezeichnet werden.

Egal, wen man fragte: Die große Mehrheit der Aussteller sowohl der Consumer Electronics als auch der Home Appliances zeigten sich erfreut über die rege Ordertätigkeit. Etwas geringer als in den Jahren zuvor erschien der Andrang der Endverbraucher, was jedoch am traumhaft schönen Wetter gelegen haben mag. Dennoch verzeichnete die IFA bereits in den ersten drei Tagen mehr als 100 000 Besucher.

Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu: „Wir sind mit der IFA in den ersten Tagen sehr zufrieden. Die Erweiterung der Messe um den Bereich Elektrohausgeräte ist ein überwältigender Erfolg. Wir können Bestwerte bei den internationalen und nationalen Ausstellern, Fachbesuchern und Medienvertretern verkünden. Gerade das besondere Zusammenspiel von Fachbesuchern auf der einen und Konsumenten auf der anderen Seite ist erneut der Erfolgsgarant der IFA."

Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin: „Das Ordergeschäft der Aussteller läuft ausgezeichnet. Auch mit dem Ansturm der Besucher auf die Leitmesse der Consumer Electronics und Home Appliances sind wir sehr zufrieden. Unzählige Shows und Konzerte im IFA-Sommergarten und auf zahlreichen Bühnen der Aussteller sorgen für ein einmaliges Unterhaltungsprogramm."

Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI und Aufsichtsrat der gfu: „Die IFA ist inzwischen die größte Leitmesse der CE-Industrie und der Elektrohausgeräte. Dies spiegelt sich nicht nur in dem absoluten Ausstellerrekord wider, sondern gleichermaßen in der vermieteten Fläche von rund 122 000 Quadratmetern und einem erwarteten Ordervolumen von über drei Milliarden Euro."

Jens Heithecker, IFA-Direktor: „Für uns ist die IFA 2008 super gelaufen. Das phänomenale Medienecho hat jeden beeindruckt. Alle Zweifler, die nicht an eine erfolgreiche Integration der Hausgeräteindustrie in das IFA-Konzept geglaubt haben, sind widerlegt. Unsere hochgesteckten Erwartungen wurden sogar noch übertroffen."

Dr. Reinhard Zinkann, Vorsitzender des Fachverbandes Elektro-Hausgeräte im ZVEI: „Wir sind mit unserem ersten Auftritt auf einer IFA äußerst zufrieden. Die Aussteller des Segments Elektro-Hausgeräte verzeichnen einen sehr regen Zulauf und eine exzellente Ordertätigkeit."

Service mit Zukunft – Zukunft mit Service?

Industrie, Handwerk und Handel diskutierten auf dem diesjährigen serviceforum@IFA vorrangig die Themen HDTV und Energieeffizienz. Laut Moderator Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels (BVT), kein Widerspruch: „Es sind keine Modethemen, sondern die Megatrends der nächsten Jahre, und sie stehen für Fortschritt, Innovationen, neue Geschäftsmodelle und neue Herausforderungen für alle Wirtschaftsstufen."

Peter Lutz, Geschäftsführer Lutz Elektrotechnik, berichtete aus der Praxis: „Der Konsument verlangt Produkte, Problemlösungen und damit Dienstleistungen, die wir ihm nicht nur zur Verfügung, sondern auch noch erfolgreich in Rechnung stellen." Dass Service im Zeitalter von HDTV absolut unerlässlich ist, stand nicht nur für die Panelteilnehmer fest, sondern war und ist einhelliger Konsens in der Branche. Die Kunden sind durchaus bereit, eine Gebühr für Beratung oder Installation etc. zu bezahlen, wenn diese professionell durchgeführt werden.

Wie ein roter Faden zog sich das Thema Energieeffizienz durch die gesamte IFA. Dass die Deutschen im Klimaschutz Weltmeister im Kopf, aber leider immer noch Klimamuffel beim Kauf energieeffizienter Geräte sind, darin waren sich alle Teilnehmer einig. Stand der Dinge zur IFA: Das bekannte Energielabel für Hausgeräte ist stark „renovierungsbedürftig". Und auch für UE-

Gut besucht: Zum dritten Mal fand das Serviceforum auf der IFA statt

Technik 50+

Handy für Senioren einmal anders. Nicht nur große Tasten und große Zahlen, sondern mit viel Pfiff und als so genannte User Generated Hardware. Denn wie Reinhard Handlgruber, Einkaufschef der Linzer Emporia Telecom versichert, sind die Senioren-Handys „in Zusammenarbeit mit mehr als 100 Rentnern" entstanden. Als Beispiel führt Handlgruber an, dass „wir ursprünglich keine SMS-Funktion einbauen wollten. Aber dann wurden wir von den Pensionären überzeugt, dass sie sehr wohl von ihren Enkeln SMS empfangen wollten. Also haben wir den SMS-Empfang ermöglicht". Hinzu kommt noch eine LED-Leuchte, die per Knopfdruck eingeschaltet werden kann, ein fühlbar einrastender Schiebeschalter für die Tastensperre und einiges mehr, was auf die Zielgruppe zugeschnitten ist. Das Highlight ist eine Notruftaste, die beim „emporiaLIFEplus" mit einem GPS-Modul gekoppelt ist. Wird sie betätigt, ruft sie nacheinander fünf Nummern an, kann dank DTMF-Kennung nicht auf einem Anrufbeantworter landen und verschickt letztlich eine SMS mit den genauen Kenndaten in Klartext - also mit Straßennamen. Ist ein Senior von der Zeit her überfällig, kann mit einer SMS ermittelt werden, wo sich die Person aufhält. Das geht selbst dann, wenn eine Person im GPS-freien Raum ist, denn die letzte Position vor dem Kontaktverlust bleibt gespeichert. So dass eine Annäherung möglich ist.

FOTO: EMPORIA

Emporia ist für Kontaktaufnahme aller Händler offen, stellt auch PoS-Material zur Verfügung. Infos unter www.emporia.at

Große Tasten sind nicht alles. Das „emporiaLIFEplus" bietet eine Notruftaste, die mit einem GPS-Modul gekoppelt ist

Produkte erwartet die Branche für den Endverbraucher eine Vereinheitlichung der Informationen zum Energieverbrauch. Konsumenten, die heute einen Kühlschrank oder einen Fernseher kaufen wollen, erfahren über den BVT/ZVEI-Energiekostenrechner, wie viel Strom sie sparen können. Steffen Kahnt, BVT-Referent: „Wir stellen dem Handel den Energiekostenrechner kostenlos im Internet zum Download zur Verfügung."

Ein weiteres Top-Thema bleibt HDTV. Bekannt ist, dass Technik und Hardware seit geraumer Zeit im Handel sind. Belegt wird dies durch die Verkaufszahlen von HD-ready- oder Full-HD-Geräten. Allerdings hapert es an den hochauflösenden Fernsehinhalten. Diese werden in Deutschland nur rar gesendet. Europaweit haben Österreich, Schweiz, die nordischen Länder, Frankreich, England, Italien und selbst Polen die Deutschen längst überholt. Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria und Vorstand des Fachverbandes Consumer Electronics im Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI): „Ein Vorziehen wäre hilfreich, denn alle Länder um uns herum haben bereits mit der Ausstrahlung begonnen. Der Konsument hat sich für HD-ready und Full-HD entschieden, nutzt HD-Camcorder, schaut sich seine digitalen Fotos auf dem Fernseher an und erwartet zu Recht Qualitätsfernsehen über einen HDTV-Regelbetrieb der öffentlich-rechtlichen und privaten Programmanbieter." Daran knüpft sich auch die unmissverständliche Forderung von Handel und Handwerk gegenüber ARD, ZDF und den privaten Programmanbietern, den Start von HD-Inhalten vorzuziehen.

Im Ergebnis waren sich die Teilnehmer einig, dass die „Denkfabrik" serviceforum@IFA auch im nächsten Jahr wieder an den Start gehen wird.

NEU!

SystemHandy **AGFEO DECT 50**

mit Twinning-Funktion

- CLIP, sehen wer anruft
- Freisprechen/Lauthören
- Einfach Funktionsauswahl über Navigationstaste
- 2 Softkeys
- Energiesparmodus
- 10 Klingeltöne mit einstellbarer Lautstärke, inkl. speziellem Türgong
- Vibrations-Alarm
- 10 Funktionstasten
- und vieles mehr

Anschluss | Telefonbuch | Haussteuerung | TFT-Display

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren

AGFEO Telekommunikation · Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld
Info-Line: *+49 (0) 700 CALL AGFEO *+49 (0) 700 2255 24336
*(0,14 € /min a. d. Festnetz, andere Mobilfunkpreise möglich)
Fax: +49 (0) 521/447 09-98 555 · info@agfeo.de · www.agfeo.de

Scharfes Plus mit Resolution+

Das Potenzial eines Full HD-Panels voll nutzen, obwohl keine HD-Quellen zur Verfügung stehen, war lange ein Traum. Dank integrierter „Resolution +"-Technologie erzeugt Toshibas Flat-TV-„ZF"-Serie aus Quellen in SD-Auflösung Bilder von nahezu HD-Qualität.

Das Designkonzept „Picture Frame2" steht bei der „ZF"-Serie für verringerte Gehäusemaße bei maximaler Bildfläche

PICTURE FRAME 2

Seit einigen Jahren erfreuen sich HD-ready und Full HD Flachbildfernseher wachsender Beliebtheit. Laut GfK hat sich der Absatz von Full HD-Geräten in Deutschland in den vergangenen zwölf Monaten sogar verachtfacht. Mit wenigen Ausnahmen wird das aktuelle TV-Programm in SD-Qualität ausgestrahlt. Und die meisten Filme liegen auf SD-Datenträgern vor. Demzufolge hat die Mehrheit deutscher Haushalte heute nicht die Möglichkeit, das Potenzial eines HD ready TVs zu nutzen. Um dies zu ändern, hat Toshiba die „Resolution +"-Technologie entwickelt. Sie wird erstmals in der zweiten Generation der Toshiba „ZF-Serie" eingesetzt. „Resolution +" bearbeitet herkömmliche SD-Bilder in drei Schritten, so dass sie Bildern in HD-Qualität sehr nahe kommen. Im ersten Schritt werden die Bildinhalte des Standard-Definition-Signals (SD-Signal) analysiert und in die folgenden drei Bereiche unterteilt: Bilder mit vielen Details, Bilder mit scharfen Kanten und Bildbereiche mit wenig Details. Die Bearbeitung der drei Bereiche erfolgt im zweiten Schritt. Um den HD-Look zu simulieren, werden Bildregionen mit vielen Details im Ausgangssignal mittels aufwändiger Berechnung in der Schärfe und im Detailreichtum optimiert. Die Kantenlinien der Bilder mit scharfen Kanten im Ausgangsmaterial werden geglättet und so dargestellt, wie sie in einem hochaufgelösten Bild aussehen würden. Außerdem erkennt „Resolution +" Bildbereiche mit wenig Details. Diese werden nicht bearbeitet, um Rechenfehler, die sich in Rauschen und Überschwingern äußern, zu vermeiden. Im dritten Schritt erfolgt die Korrektur von Artefakten, die während des Rechenprozesses entstanden sind. SD-Bilder lassen sich dadurch so aufwerten, dass sie eine mit HD vergleichbare Qualität aufweisen. Das Potenzial des HD-Panels in puncto Bildschärfe wird so auch bei PAL-Bildern gut ausgeschöpft.

BESTNOTEN FÜR TON UND KOMFORT

Auch das beste Bild überzeugt nicht, wenn der Ton nicht mithalten kann. Toshiba hat deshalb die „ZF-Serie" mit Slim Speakern ausgestattet, die in Sachen Ton keine Kompromisse eingehen. Die Lautsprecher befinden sich hinter dem LCD-Panel und bieten dank des neu entwickelten „Audyssey Equalizer" einen absolut harmonischen Sound. Mit dem „SRS-WOW"-Klangfilter können über die TV-Lautsprecher zudem ein Raumklangeffekt erzielt und der Bass angehoben werden. Zur Unterstützung des Tieftonbereiches wird einfach an den Wooferausgang ein externer aktiver Subwoofer angeschlossen. Der Bedienkomfort spielt bei Toshiba eine große Rolle. So erfolgt über die „Regza Link"-Funktion die Steuerung des gesamten Home-Entertainment-Systems mit nur einer Fernbedienung. Voraussetzung dafür: alle Komponenten beherrschen das CEC-Protokoll und sind via HDMI-Kabel miteinander verbunden. Die Geräte der „ZF"-Serie sind mit vier HDMI-Eingängen, wovon einer seitlich am LCD angebracht ist, fürs Heimkino-Vergnügen bestens gerüstet.

REDUZIERTER STROMVERBRAUCH

Die Umweltfreundlichkeit der Produkte steht bei Toshiba im Fokus. Um dem Rechnung zu tragen, wurde auch bei der „ZF"-Serie auf einen reduzierten Stromverbrauch geachtet: Die Leistung der Flach-TVs liegt im Standby-Modus unter 0,5 Watt. Der Stromverbrauch kann auf null reduziert werden, indem man das Gerät einfach per Energiespar-Netzschalter komplett ausschaltet. Wer, auch während das Gerät läuft, Strom sparen möchte, kann mittels manueller Regulierung die Panel-Helligkeit dimmen. Darüber hinaus vermeidet der integrierte Lichtsensor hohen Stromverbrauch, indem er zu hohe Helligkeitswerte etwa in dunklen Räumen verhindert.

Die „ZF"-Serie bietet dem Konsumenten TV-Geräte, die optimal für die Zukunft gerüstet sind und bereits jetzt schon das Beste aus Bildmaterial in Standard-Auflösung herausholen.

Mit „Fortissimo“ zum Erfolg

Aus geschäftlicher Schieflage hat Jeffry van Ede Sony wieder stabil aufgestellt. Nach der IFA erklärte er hitec HANDEL, warum Sony jetzt besser dasteht.

Vor einem halben Jahr waren Sie noch unzufrieden mit der Performance von Sony in Deutschland. Wie sieht das heute aus?

Ja, als ich im Januar 2008 zu Sony Deutschland kam, habe ich viel Handlungsbedarf vorgefunden. Zufrieden bin ich, wenn ich die gesetzten Ziele erreiche. Ich weiß natürlich, dass man in sechs Monaten nicht alles erreichen kann. Wenn ich allerdings betrachte, wo wir jetzt stehen beziehungsweise welche Schritte wir machen, bin ich sehr zufrieden. Ich habe das ja immer „eine Reise“ genannt, die hoffentlich zu einem schönen Ort führt.

Aber jede Reise fängt mit dem ersten Schritt an …

Genau. Und für mich ist wichtig, dass wir Schritte machen, dass wir uns in die richtige Richtung bewegen, und zwar mit der richtigen Geschwindigkeit. Unser langfristiges Ziel, um einen Prozentpunkt zu wachsen, sieht nach Abschluss des ersten Quartals mehr als realistisch aus, und ich bin positiv überrascht, was wir vom Markt mehr zurückbekommen. Aber ich bin immer vorsichtig. Kurzfristige Ziele haben für mich keine so große Bedeutung. Zusammenfassend: Ja, ich bin sehr zufrieden.

Sie wollten innerbetrieblich wie auch nach außen diverse Änderungen vornehmen. Wie ist da Stand der Dinge?

Da geschieht unglaublich viel, einige Dinge brauchen jedoch Zeit. Aber auch hier sind wir in Bewegung. Wir haben ein großes Programm innerhalb der Sony Deutschland GmbH aufgebaut – wir nennen es das „Philharmonie-Programm“, denn ich bin auf der Suche nach dem Einklang. Es besteht aus unterschiedlichen Projekten wie „Crescendo“ oder „Fortissimo“. Letzteres fokussiert zum Beispiel die innere Organisation bzw. die Kultur innerhalb Sonys. Denn bevor wir uns nach außen ändern, müssen wir das intern „leben“. Zu dem Projekt haben sich 100 Mitarbeiter freiwillig gemeldet. Sie arbeiten daran, unsere interne Kultur und unseren Teamgeist zu verbessern. Andere Projekte konzentrieren sich auf die Zusammenarbeit mit dem Handel.

Das Ziel der „Crescendo“-Arbeitsgruppe ist etwa, dass wir wieder einen Innendienst aufbauen. Und innerhalb dieses Themas ist für mich das Dreieck Kunde, Außendienst und Innendienst wichtig. Die Umsetzung hat unmittelbar nach der IFA begonnen. Mein Stil ist dabei nicht, von oben herab zu entscheiden, wie die Dinge sein sollen – obwohl ich genaue Vorstellungen davon habe. Aber ich möchte, dass die Ideen von den Mitarbeitern selbst entwickelt werden und wir dann gemeinsam darüber reden. Das dauert etwas länger, aber es kommt dann von den Menschen und wird durch die Menschen auch getragen und unterstützt. Die Mitarbeiter übernehmen somit Verantwortung, also Ownership für die Ideen, und das ist mir sehr wichtig.

Von Ownership zu Partnership. Wie steht es um die Partnerschaft mit dem Handel? Partner schafft! Oder Partnerschaft?

Jeffry van Ede, Managing Director Sony Deutschland

Eindeutig mit einem F. Ich möchte ein zuverlässiger Partner sein. Sprich, das was ich sage, tue ich auch. Daran arbeiten wir, aber auch das ist ein Thema, das ich nicht von einem auf den anderen Tag ändern kann. Ich war unlängst mit 50 Händlern in Japan. Das ist ein Anfang, weil ich es nicht mit Kanälen zu tun hatte, sondern mit Fachhandelspartnern. Wir haben nicht über Ziele oder Margen gesprochen, sondern darüber, was Partnerschaft ist und was wir voneinander erwarten können. Das ist vergleichbar mit den Wellen, die ein Stein erzeugt, den ich ins Wasser werfe. Ich kann nicht mit allen Händlern gleichzeitig eine Fachhandelsstrategie umsetzen. Deshalb haben wir uns zunächst auf 50 konzentriert. Und das waren nicht nur die größten, darum geht es mir nicht. Im nächsten Monat machen wir das wieder mit dem Fotofachhandel. Wir schauen uns eine Sony-Fabrik an, haben aber auch viel Zeit, um bei einem Glas Wein auf Augenhöhe miteinander zu reden. Ich möchte nicht einfach nur Trainings- und PoS-Maßnahmen platzieren – echte Partnerschaft ist mehr.

Auf der IFA hat Sony endlich mal wieder zugeschlagen. Eine ganze Halle wie in alten Zeiten. Wie kam es dazu?

Sony ist eine A-Marke. Und eine A-Marke gehört auf die IFA mit einem entsprechenden Auftritt. Denn auf der IFA kommen Konsumenten, Händler und Marke zusammen. Und da müssen wir präsent sein in einer Art, die dem Wert der Marke entspricht. Konsumenten können Sony als Produkt im Handel oder im TV-Spot wahrnehmen, aber einmal im Jahr auf der IFA können sie uns „anfassen“. Und das soll für alle ein möglichst gutes Gefühl sein. Die IFA ist darüber hinaus auch wichtig für die Mitarbeiter. Jeder bekommt IFA Tickets für seine Familie. Ich habe allen gesagt: Nimm deine Frau, deinen Partner oder deinen Cousin aus Australien mit. Denn es gibt nichts Schöneres, als mit Stolz sagen zu können: Hier arbeitet dein Vater, hier arbeite ich. Das war auch die Forderung bzw. der Wunsch meiner Antrittsrede bei Sony. Alle hatten erwartet, dass es direkt um Umsatzziele und Marktanteile gehen würde – was ich jedoch primär möchte, ist, dass die Mitarbeiter stolz sind auf die Marke Sony.

Wie lief die IFA?

Die IFA hat in jeglicher Hinsicht unsere Erwartungen übertroffen. Sowohl die Konsumenten als auch die Handelspartner waren von unserem außergewöhnlichen Standkonzept und der Präsenz auf über 6 000 Quadratmetern begeistert. Die Marke Sony wieder auf der IFA anzutreffen, hat durchweg positive Resonanz hervorgerufen. Darüber hinaus haben wir die richtigen Produkte, die unterstreichen, dass Sony wieder ganz vorne mitspielt in punkto Technologieführerschaft. Die Resonanz auf unser Line-Up, insbesondere die „BRAVIA“ 200 Hertz Technologie, OLED TV und die mit 9,9 Millimeter flachsten LCD Fernseher war überwältigend. Hinzu kommt, dass die wichtigsten Produktneuheiten, die wir auf der IFA präsentiert haben, noch in diesem Herbst im Handel erhältlich sein werden. Das ist für unsere Handelspartner ein wichtiges Argument für das Weihnachtsgeschäft. Kurzum: Wir haben viele konstruktive Gespräche geführt und die Auftragsbücher gefüllt. Ich bin sehr zufrieden.

Herr van Ede, herzlichen Dank für das Gespräch.

Das vollständige Interview mit Jeffry van Ede lesen Sie unter **www.hitec-handel.de**

UP2DATE

FOTO: FUNKWERK DABENDORF

Gesprächstauglich: die Freisprechanlage „Ego Cup FM“

FUNKWERK DABENDORF

Offene Worte

Funkwerk Dabendorf hat mit der „Ego Cup FM“ eine neue Plug-&-Play-Freisprechanlage für den Getränkehalter im Programm. Dank des cleveren Designs lässt sich die Anlage einfach in den Getränkehalter des Fahrzeugs stecken. Eine feste Installation ist nicht mehr notwendig. Das zahlt sich speziell für die Fahrer aus, die häufig ihre Fahrzeuge wechseln. Per Bluetooth wird die „Ego Cup FM“ mit dem Mobiltelefon verbunden, und schon kann telefoniert werden. Die Freisprechanlage ist die Nachfolgerin der gleichnamigen „Ego Cup“ und setzt die edle Klavierlack-Optik der „Ego“-Serie fort. Der neuen Anlage hat das Unternehmen zudem eine Menge zusätzlicher Komfortfunktionen spendiert. So soll die Sprachqualität der „Ego Cup FM“ dank FM-Transmitter fast das Niveau eines Festeinbaus erreichen. Weitere neue Funktionen sind ein Display und ein eingebauter Akku. Dieser hat Energie für sieben Stunden Gesprächszeit und bis zu zwei Wochen im Stand-by.

Reichlich Aufnahmekapazität bieten die neuen Camcorder von JVC

FOTO: JVC

JVC

Rekordverdächtig

Bei den neuen Camcordern „Everio GZ-HD30“ und „Everio GZ-HD40“ von JVC kann der Nutzer zwischen zwei Aufnahmeformaten wählen. Außerdem ermöglichen spezielle Komprimierungstechniken erheblich längere Aufnahmezeiten. Während herkömmliche Geräte nur Material in einem einzigen Aufnahmeformat liefern, lassen die Modelle „GZ-HD30“ und „GZ-HD40“ die Wahl zwischen dem Format MPEG-2-50 mit seinen umfangreichen Nachbearbeitungsmöglichkeiten und der besonders effizienten AVCHD-Komprimierung. In jedem Fall nehmen die beiden Camcorder in Full-HD-Qualität (1 920 x 1 080p) auf. Als Speichermedien dienen Festplatten mit 80 beziehungsweise 120 GB Speicherkapazität. So kann der „GZ-HD40“ bis zu 15 Stunden AVCHD-Filmmaterial in der bestmöglichen Bildqualität aufnehmen, und im MPEG-2-Format reicht die Festplatte immer noch für rund zehn Stunden. Reduziert man die Bitrate auf fünf Megabit je Sekunde, so kann der „GZHD40“ bei Full-HD-Qualität sogar 50 Stunden im AVCHD-Format aufzeichnen.

MITSUBISHI ELECTRIC

Genuss pur

Der Full-HD-Projektor „HC7000“ von Mitsubishi Electric bietet perfekten Heimkino-Genuss in dreifacher Hinsicht: Zum einen liefert er mit seiner Full-HD-Auflösung von 1 920 x 1 080 Pixeln und seinem Kontrastverhältnis von 72 000:1 ein, laut Mitsubishi Electric, makelloses Projektionsbild. Zum anderen gibt er mit seinem eleganten Design und der tiefschwarzen Effektlackierung selbst ein überzeugendes Bild ab. Und mit nur 17 dB Betriebsgeräusch arbeitet er praktisch lautlos. In puncto Signalverarbeitung und Bildformat macht der „HC7000“ keine Kompromisse. Die weiterentwickelte HQV-Technologie des Projektors ermöglicht eine exquisite Bildverarbeitung auch bei herkömmlichen DVDs. Mitsubishi Electric hat seinem High-End-Projektor zudem die neu entwickelte Diamond Black Iris mit extrem kurzer Reaktionszeit sowie diverse anamorphe Einstellmodi spendiert.

Mit bis zu 5 000 Stunden Lampenlebensdauer steht einem wirklich langen Heimkino-Abend nichts mehr im Weg

FOTO: MITSUBISHI ELECTRIC

Mit dem Weitwinkel-Objektiv der „LX3" ergeben sich völlig neue Einsatzmöglichkeiten

FOTO: PANASONIC

„XXL POWERSOCKET 808": der Stromversorger der besonderen Art

FOTO: OEHLBACH

PANASONIC

Eine Klasse für sich

die „Lumix DMC-LX3" von Panasonic bietet eine im Vergleich zum Vorgängermodell „LX2" verdoppelte Lichtstärke und die superkurze 24-Millimeter-Anfangsbrennweite. So bringt die hohe Lichtstärke nicht nur Reserven bei schlechten Lichtverhältnissen, sondern auch mehr kreativen Spielraum für den gezielten Umgang mit der Schärfentiefe. Das Objektiv wurde besonders auf gleichmäßig hohe Schärfe bis in die Bildecken und auf minimale Verzeichnung hin gerechnet. Der große, hochempfindliche CCD-Bildsensor mit einer Auflösung von zehn Megapixeln unterstützt den Anspruch an höchste Bildqualität. Der Sensor ist rund 45 Prozent größer als üblich. Er setzt die Bilder aus größeren, lichtempfindlicheren Pixeln zusammen, die weniger Rauschen und eine höhere Dynamik gewährleisten sollen. Je nach Aufnahme- oder Wiedergabesituation kann die „LX3" Fotos in den drei Formaten 4:3, 3:2 und 16:9 aufnehmen. Durch die Übergröße des Sensors ist es jetzt sogar möglich, beim Formatwechsel den vollen 24-Millimeter-Weitwinkel beizubehalten, welcher auf dem 7,6 Zentimeter großen LC-Display bildfüllend betrachtet werden können.

OLYMPUS

Diva ohne Allüren

Im schlanken Metallgehäuse und mit Top-Ausstattung präsentiert sich die „Olympus µ 1040". In ihrem schmalen Gehäuse hat Olympus ein Dreifach-Zoomobjektiv, mit einer Brennweite von 38 bis 114 Millimetern (entsprechend Kleinbild), und modernste Technologien für optimale Bildergebnisse untergebracht. Dazu zählen die erweiterte Gesichtserkennung, die Schattenaufhellung sowie der neue „Intelligente Auto Modus". Für die Wahl des Bildausschnitts und die anschließende Betrachtung der Fotos steht ein 2,7 Zoll großes HyperCrystal-LCD zur Verfügung. Neben dem internen Speicher können Fotos auf einer xD-Picture-Card oder mithilfe des zum Lieferumfang gehörenden Adapters auch auf microSD-Karten abgelegt werden. Die „µ 1040" steht außerdem für ein neues, außergewöhnliches Design. Mit dem schmalen Gehäuse aus Metall und dem eleganten Objektivschutzschieber hat sie echte Star-Qualitäten.

OEHLBACH

Sauberer Strom

Netz-Steckdosenleisten für edle Hi-Fi-Komponenten sollten einerseits Hochfrequenz-Störungen mit eingebauten Filtern unschädlich machen, andererseits sollten sie ungehinderten Stromfluss ermöglichen. Die High End Netzleiste „XXL POWERSOCKET 808" von Oehlbach realisiert erstmals beide Anforderungen gleichzeitig. Während eine Seite der Netzleiste die angeschlossenen analogen Hi-Fi-Geräte mit Strom versorgt, werden die mit „digital" gekennzeichneten Steckdosen der anderen Seite zuvor aufwändig gefiltert. Der Grund dafür: Digitale Multimedia-Geräte wie Blu-ray-Disc-Player oder Festplatten erzeugen mitunter deutlich hörbare Hochfrequenzstörungen, die ins Netz einstreuen. Die komplette Netzleiste lässt sich mit einem Hauptschalter ausschalten. Sie ist zuverlässig gegen Überspannung und mögliche Überlast geschützt. Ein ganz besonderes Highlight ist jedoch die eingebaute Phasenanzeige, denn das phasengleiche Anschließen aller Hi-Fi-Geräte soll deren Klangeigenschaften nochmals deutlich verbessern.

Melon Yellow ist nur eine von insgesamt vier ungewöhnlichen Farbvarianten der „Olympus µ 1040"

FOTO: OLYMPUS

FOTO: GARMIN

Das 3,5 Zoll große Display des „nüvi 550" ist auch bei Sonnenlicht gut ablesbar

FOTO: CANON

Mit der „PowerShot E1" kommen die 50er Jahre zurück

CANON

Foto mit Petticoat

Als einen echten Hingucker kann man die neue Canon „PowerShot E1" bezeichnen. Das Zehn-Megapixel-Modell kommt im Stil der 50er Jahre daher und glänzt dabei mit neuester Technik. Selbst von weiter entfernten Motiven ermöglicht das Vierfach-Zoomobjektiv mit 35 bis 140 Millimetern Brennweite (entsprechend Kleinbild) und optischem Bildstabilisator Aufnahmen ohne Verwacklungsunschärfe. Die Motive und ebenso die Fotos bei der Wiedergabe sind im 2,5 Zoll großen LC-Display bestens im Blick. Der zusätzliche optische Sucher ist praktisch, wenn bei starker Sonnenstrahlung das Display keine gute Sicht mehr bieten kann oder wenn bei niedriger Batterieleistung Strom gespart werden soll. Ideal für Einsteiger ist der neue Easy-Modus, in dem die Kamera alle Aufnahmeeinstellungen automatisch vornimmt und in dem zur Sicherheit bestimmte Funktionstasten blockiert sind. Der „Canon-DIGIC-III"-Prozessor steuert nicht nur Bildoptimierungen wie die Face-Detection-Technologie, sondern er ist auch die Basis für schnelle Reaktionszeiten, effizientes Pufferspeicher-Handling und minimiertes Bildrauschen. Mit Hilfe der „iSAPS"-Technologie erfolgt noch vor der Aufnahme eine kamerainterne Optimierung der Einstellungen für das ausgewählte Motiv. Damit der Fotospaß aber auch beim Fotodruck nicht aufhört, ist auch diese „PowerShot" PictBridge-kompatibel und verfügt über die praktische Canon-Print-/Share-Taste.

GARMIN

Allround-Lotse

Garmin präsentiert mit dem „nüvi 550" ein Navigationsgerät, das nicht nur im Auto, sondern auch auf dem Fahrrad, zu Fuß, beim Wandern und beim Wassersport den richtigen Weg kennt. Der neue Alleskönner verfügt neben den Garmin-typischen Straßennavigationsfunktionen für Auto, Motorrad und Motorroller über spezielle Outdoor-Navigations-Features. Darüber hinaus ist es mit besonderen Funktionen für die Nutzung auf dem Wasser ausgestattet. Dank vier vordefinierter Profile lässt sich der kompakte, robuste und wasserfeste Allrounder mit nur einem Fingerdruck vom Auto- oder Motorradnavi in einen mobilen Freizeitbegleiter oder Bootsführer verwandeln. Die Möglichkeit der plastischen Höhendarstellung kommt insbesondere dem Outdoor-Einsatz zugute. Weitere Ausstattungsmerkmale sind eine Kompassanzeige, die Möglichkeit zur Reiseaufzeichnung und ein austauschbarer Hochleistungsakku für eine längere Nutzungsdauer außerhalb des Fahrzeugs.

SANUS

Halt-bar

Höchst komfortabel sind die fernsteuerbaren Wandhalterungen „LMT15" und „LMS15" von Sanus. Die beiden motorisierten Produkte platzieren Flachbildfernseher perfekt in jedem Wohnraum und bieten uneingeschränkten Fernsehgenuss aus jedem Blickwinkel. Sonnenlichteinfälle, die zu Sichtbeeinträchtigungen führen können, lassen sich sofort mit einem einfachen Knopfdruck per Infrarot-Fernbedienung beheben: Der Flat-TV neigt oder dreht sich in den gewünschten Blickwinkel. Der Clou: Die motorisierten Wandhalterungen können sich die optimale TV-Position merken und bewegen sich beim Einschalten der Flat-TVs automatisch in den individuell programmierten Einstellungswinkel.

FOTO: SANUS

Fernsehgenuss aus jedem Blickwinkel

NACH REDAKTIONS-SCHLUSS

CANON

Beste Ausstattung inklusive

Das neue Mitglied der EOS-Familie von Canon heißt „EOS 50D", und sie ist die erste Canon-D-SLR, die mit dem neuen „Digic-4-Prozessor" ausgerüstet ist. Dieser steht für hervorragende Detailzeichnung und Schärfe und sorgt für flotte 6,3 Bilder pro Sekunde. Der CMOS-Sensor der Kamera, ebenfalls eine Weiterentwicklung der Canon-eigenen Sensorschmiede, hat die Maße des APS-C-Formats und liefert satte 15,1 Megapixel. Ein optimierter ISO-Bereich von 100 bis 3 200, der bis zu ISO 12 800 erweitert werden kann, soll selbst bei schlechtesten Lichtverhältnissen das Fotografieren ohne Blitz ermöglichen. Die selbstreinigende Sensoreinheit des „EOS-Integrated-Cleaning-Systems" hat eine neue Fluorbeschichtung. Es reinigt den Sensor in drei Schritten - Staub vermeiden, abweisen und entfernen. Die Bildbetrachtung läuft über den neuen drei Zoll großen LC-Monitor mit „Clear View", weitem Betrachtungswinkel und in VGA-Auflösung. Beim Fotografieren aus schwierigen Aufnahmepositionen oder bei der Fernaufzeichnung über den PC kann in den „Live-View"-Modus gewechselt werden, das Motiv wird dann direkt auf dem LCD dargestellt.

FOTO: CANON

Die „EOS 50D" ist mit einem HDMI-Anschluss ausgestattet, über den die Übertragung der Aufnahmen auf einem HD-Fernseher erfolgt

VIVANCO

Strategische Partner

Vivanco wird ab Oktober Produkte der Firma Macally, einem Zubehörlieferanten von Apple-Produkten, europaweit vertreiben. Das in Kalifornien ansässige Unternehmen Macally pflegt engen Kontakt zu Apple und kann deshalb schnell neue Trends in international verfügbare Produkte umsetzen. Viele Produkte sind zudem trendgerecht für iPod und iPhone geeignet. Zum umfangreichen Sortiment von Macally zählen neben den Accessoires für iPod und iPhone u.a. auch plattformunabhängige Eingabegeräte für Computer und Notebook, Anschlusskabel und Speichergeräte. Bisher hatte Macally in Europa den Vertriebsfokus auf Apple Premium Reseller, Großhändler und den Online-Vertrieb gelegt. Um seine Produkte nun auch in die europäische Handelslandschaft zu bringen, entschloss man sich zur Kooperation mit Vivanco.

VORSCHAU HEFT 10/2008

UE

Die Saison beginnt

Alle haben geordert, und jetzt heißt, es das Geschäft optimal auf das Weihnachtsgeschäft vorzubereiten. Alles fürs Saisongeschäft stellt hitec HANDEL vor.

FOTO

photokina-Nachbericht

Die Imaging-Welt war zu Gast in Köln. Alles zu Produkten, Trends und der Branche hat hitec HANDEL zusammengefasst.

SPEZIAL

Batterie & Akku

Mobile Energie ist im Weihnachtsgeschäft einer der starken Umsatztreiber. Was es Neues bei Batterie, Akku und Co. gibt, steht in hitec HANDEL.

hitec HANDEL 10/2008 erscheint am 10. Oktober 2008. Aus aktuellem Anlass kann es zu Themenänderungen kommen.

INSERENTENVERZEICHNIS

DGH DUTTENHOFER
0931/9708444 • www.dgh.de

AGFEO
0521/44709-0 • www.agfeo.de

SONY DEUTSCHLAND
01805/2525860 • www.sony.de

TELERING
06131/28881-0 • www.telering.de

MITSUBISHI ELECTRIC
02102/486-0 • www.mitsubishielectric.de

JVC
06031/939-0 • www.jvc.de

TOSHIBA
02131/158-0 • www.toshiba.de

KODAK
0711/406-0 • www.kodak.de

SAMSUNG
06196/660 • www.samsung.de

IMPRESSUM

hitec HANDEL

Offizielles Organ des Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT), Herausgeber

Copyright und Verlag:
S.O.K. Verlagsgesellschaft mbH
Obergplatz 14, 47804 Krefeld
Fon 0 21 51 / 15 25 6-10, Fax 0 21 51 / 15 25 6-28
Sparkasse Krefeld, BLZ 320 500 00,
Konto 85 73 75

Internet: www. hitec-handel.de

Geschäftsführende Gesellschafter:
Thomas Schmidt, Heinz Josef Kerbusch

Objektleitung: Thomas Schmidt

Redaktion:
Jo Clahsen (Chefredakteur, verantwortlich),
Fon 07 11 / 3 50 90 53
Eva Pesch, Fon 0 21 51 / 15 25 6-15
Martin Schulze, Fon 0 21 51 / 15 25 6-20
Sabine Schmitt (hitec FOTO),
Fon 0 89 / 38 89 85 45

Sekretariat und Abo-Service:
Evelyne Neumann, Fon 0 21 51 / 15 25 6-10

Autoren:
Stefan Gneiting, Frank-Oliver Grün, Ulrich von Löhneysen, Sylvia Dieckmann, Thomas Meinke, Hannes Rügheimer, Carola Schöndube, Achim Schwerfeld, Roland M. Stehle, Markus Wölfel

Anzeigen:
Wolfgang Esper (verantwortlich),
Fon 0 24 31 / 98 62 38

Druck und Litho: K-Druck Kerbusch GmbH & Co. KG, Mönchengladbach

Layout: Schmidt//Overländer, Krefeld

Zurzeit ist Anzeigenpreisliste Nr. 40 gültig.

hitec HANDEL erscheint monatlich.

Abonnementpreis: 50,- Euro (inkl. 7% MwSt.)
Abonnementpreis Ausland: 69,- Euro (inkl. 7% MwSt.) Luftpostzuschläge auf Anfrage.

ISSN 1434-4785

Mitglieder des BVT erhalten die Zeitschrift im Rahmen ihrer Mitgliedschaft.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Krefeld

Kündigungen sind bis 31. 10. zum Jahresende möglich. Keine Ansprüche bei höherer Gewalt.

Alle Zuschriften für Anzeigen und Abonnements bitte an den Verlag.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Unaufgefordert zugeschickte Manuskripte werden nur dann zurückgeschickt, wenn ausreichend Porto beigefügt ist.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.

SEPTEMBER 2008 9

G 2278

hi tec HANDEL

OFFIZIELLES ORGAN DES BUNDESVERBAND TECHNIK DES EINZELHANDELS e.V. (BVT)

photokina 2008

Treffpunkt Bilderwelten

SAMSUNG

Foto trifft TV

BVT

foto-focus

Kodak
Adaptive
Picture Exchange

Das modulare Drylab im Baukastenprinzip – die ultimative Lösung

Profitabel

Anpassbar

Wirtschaftlich

Einfach

Bewährt

Umweltfreundlich*

Ein großer Schritt

... von „nass“ zu „trocken“. Sie werden KODAKs preisgekröntes, chemiefreies Drylab (Trockenlabor) lieben, denn es ist einfacher, mit weniger Schulungsbedarf und kostengünstiger zu betreiben.** Erleben Sie, wie Ihr Gewinn enorm steigt, wenn Sie nur 16.500 € für ein 26" großes Standard-Modell (Listenpreis) investieren. Machen Sie mit und fordern Sie noch heute eine Vorführung an!

Rufen Sie an **0711/406-0**

oder schicken Sie eine E-Mail **de-ccc@kodak.com**
Weitere Informationen unter **www.kodak.com/go/apex**

"KODAKs neues Drylab hat all meine Erwartungen übertroffen."

Jonathan Ellam
Geschäftsführer, Alta Image, Großbritannien

2008 AWARDS TIPA BEST RETAIL FINISHING SYSTEM

Innovative Digital Product DIMA 2008 WINNER

KODAK Adaptive Picture Exchange 74"
(Preis auf Anfrage)

Kodak

Das Kundenfeedback erhielten wir während laufender Beta-Tests in der ganzen Welt. © Eastman Kodak Company, 2008. Warenzeichen: Kodak.
*Weniger Energieverbrauch und chemiefreies Entwickeln im Vergleich zu AgX Minilabors. **Im Vergleich zu AgX Minilabors.

Faszination Erinnerung

Es gibt gute und weniger gute. Manche möchte man am liebsten für immer bewahren, andere sofort löschen. Die Rede ist von Erinnerungen. Erinnerungen sind Bilder im Kopf. Und bis vor einigen Jahren gab es sie auch auf Papier. Dank Digitalisierung haben wir mittlerweile immer wieder neue Möglichkeiten, unsere Erinnerungen festzuhalten, zu speichern, wiederzugeben und mit anderen zu teilen.

Wie und womit wir sie – die Erinnerung – morgen und übermorgen speichern werden, das werden uns Industrie, Hersteller und Distributoren auf der Leitmesse der Imaging-Branche in Köln präsentieren. Neben der reinen Produktschau erhält der Handel auch in diesem Jahr fachkundige Unterstützung dabei, wie sich das Thema Erinnerungen in bare Münze umwandeln lässt. Dementsprechend gibt sich die Premiere des Internationalen Business Forum den Titel „Memories on demand" (Erinnerungen auf Abruf). Dort erläutern Spitzenmanager der Foto- und Imaging-Industrie die Auswirkungen digitaler Bildtechnologien auf den Lebensstil der Konsumenten. Neue Geschäftsmodelle will man hierzu präsentieren, damit der Handel auch der emotionalen Komponente beim Verkauf gerecht wird.

Lassen wir uns überraschen, was sich die Kenner der Branche überlegt haben. Eines, da bin ich mir sicher, steht schon heute fest: Auch die photokina 2008 und deren faszinierende Welt der Bilder werden in Erinnerung bleiben. Und dem Handel jede Menge Anregungen, Nutzen und anschließend auch Umsatz bringen.

Wir sehen uns in Köln,

Ihre

Eva Pesch

Eva Pesch

Köln, 23.–28. September
photokina 2008
world of imaging

PHOTOKINA 2008

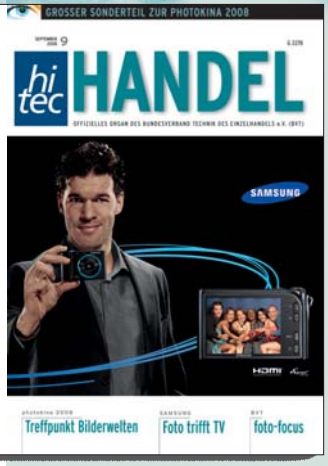
Die Messe:
Alles, was Sie wissen müssen IV

Die Produkte:
Neuheiten, die Sie in Köln erwarten VII

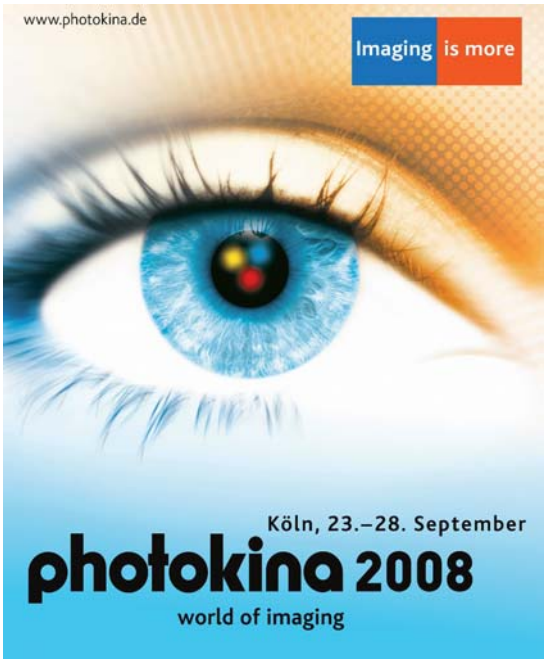
Die Branche:
Das meinen Industrie, Handel und Messe XI
foto-focus XIII

Samsung:
Erste Kompakte mit TV-Kontakt XV

Bei Samsung wird der Fernseher zum Fotoalbum. Mit der „NV100 HD" und nur einem Kabel steht dem Dia-Abend in High Definition nichts mehr im Weg. Bilder und Filmaufnahmen werden in verlustfreier Qualität über die HDMI-Schnittstelle an moderne HD-Fernseher übertragen. Das garantiert einen völlig neuen Foto- und Filmgenuss, und zwar dort, wo er hingehört: im Wohnzimmer. (Foto: Samsung)



Achtung – photokina



Wer in der Welt des Imaging etwas auf sich hält, wird vom 23. bis zum 28. September in Köln sein. In diesem Jahr werden etwa 1 600 Anbieter aus rund 50 Ländern dem internationalen Fachpublikum ihre Neuheiten präsentieren.

Die photokina als die führende Messe der Imaging-Branche zu bezeichnen, ist unbestritten. Untermauert wird dies noch durch den hohen Zuspruch der Industrie. Denn, laut Koelnmesse, haben viele der ausstellenden Unternehmen ihre Ausstellungsflächen zum Teil nochmals deutlich vergrößert. Da darf der Besucher gespannt sein, was es auf der Messe zu sehen geben wird. Zur besseren Visualisierung und Orientierung hatte die Messe bereits 2006 den gesamten Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur übertragen. Für diese photokina wurde das Konzept nochmals überarbeitet. Das bedeutet, dass es in diesem Jahr nur noch vier statt wie bisher fünf Angebotsbereiche gibt. Dies sind die Bereiche Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe. Dies soll gleichzeitig zu einer kompakteren und übersichtlicheren Hallenstruktur führen und damit dem Fachbesucher die Besuchsplanung erleichtern.

WER IST WO?

Die Mehrzahl der großen Unternehmen des Kamera- und Zubehör-Marktes werden auch 2008 in den Hallen 2, 3, 4 und 5 zu finden sein. Nikon, Pentax, Casio, Olympus sowie Epson stellen in Halle 2.2, Canon und Panasonic in Halle 3.2 aus. Samsung, Fujifilm, Sanyo, Tamron, Nokia und Hama sind in der Halle 4.2 vertreten. In der Halle 5.2 werden beispielsweise Sony, Kodak, Ricoh und Sigma zu finden sein.

Unternehmen, die sich mit dem Thema Bildbearbeitung beschäftigen, wie Microsoft, Adobe und Wacom präsentieren sich in Halle 4.1. In Halle 5.1

FOTOS: KOELNMESSE

Über den Messeboulevard erreichen die Besucher bequem alle Hallen

steht der Bereich Bildspeicherung im Mittelpunkt, und in Halle 6 werden Studioausstattungen und Lichttechnik vertreten sein. Die Hersteller von Bilderrahmen und Zubehör mit dem Schwerpunkt auf digitale Bilderrahmen präsentieren ihre Produkte in Halle 9.

Neuheiten und Techniken aus dem Bereich Image-Output und -Services stellen Unternehmen wie Noritsu, Dai Nippon, Mitsubishi und CeWe Color in Halle 10.2 vor.

FACHBESUCHER-SERVICE

Für Fachbesucher hat die photokina 2008 die „International Buyers Lounge" eingerichtet. Diese befindet sich im Europasaal des Congress-Centrums Ost. Dieser besondere Service beinhaltet einen elektronischen Neuheitenkatalog, Info-Pakete, Besprechungsräume, eine Ruhe-Lounge und vieles mehr. Optimale Voraussetzungen für einen erfolgreichen Messeaufenthalt. Die „International Buyers Lounge" wird auch durch den Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) unterstützt. An jedem Messetag können sich Händler in der „International Buyers Lounge" schon vor Messebeginn auf den Besuch der photokina vorbereiten. Das Service- und Informationsangebot reicht von detaillierten Messe- und Produktinformationen bis zum Zugriff auf spezielle Datenbanken und das Internet. Weiterhin bieten die GfK Marketing Services mit „Encodex" eine elektronische Datenbank, die auf Tastendruck den Zugriff auf ein umfassendes Sortiment an Imaging-Produkten ermöglicht. Die Besucher erhalten von den Messehostessen der photokina eine Einweisung in die Datenbank und erhalten Hilfestellungen bei deren Nutzung. Zum weiteren Angebot zählt zudem ein kostenloses Frühstück von 9 Uhr bis 10 Uhr am „Free Welcome Desk". Während des Tages finden Fachhändler in

Trotz Messetrubel bleibt ein wenig Zeit zum Verschnaufen

CREATING PHOTO BUSINESS

NUR 1.790 € netto, inkl. Drucker CP9550DW-S

easyphoto

NEU:
FOTOS, SERVICE, MEHRGESCHÄFT – ALLES EASY.

- Sofort-Foto-Prints, Index-Prints, Brennen von CDs/DVDs
- Preisgünstig, kompakt und kinderleicht zu bedienen
- Fotoformate von 10 x 15 cm bis 15 x 23 cm
- Je nach Bedarf und Budget individuell erweiterbar

MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better

Jetzt informieren:
Tel.: 0 2102/4 86 45 44 oder 0 2102/4 86 3150
www.easyphotosystem.com

der „International Buyers Lounge“ ständig aktualisierte Informationen, können sich auf Gespräche vorbereiten und mit Unterstützung durch das fachkundige Messeteam Termine koordinieren und sich Gesprächspartner vermitteln lassen.

Für vertrauliche Gespräche können kostenlos Besprechungsräume reserviert werden. In einer Ruhe-Lounge haben die Besucher Gelegenheit, sich zu stärken, und die Wellness-Area bietet Massage-Sessel zur Entspannung. Zutritt zur „International Business Lounge“ haben ausschließlich registrierte Fachhändler. Eine Registrierung ist sowohl auf der Messe als auch vorab online möglich. Die Registrierung kann ab sofort über das photokina-Kundenportal http://mykoelnmesse.photokina.de erfolgen. Mit der Vorabregistrierung können Fachbesucher ihren Messebesuch sofort beginnen. Eine Registrierung und der Ticketkauf am Messetag entfallen damit.

Die „International Business Lounge“ im Europasaal, Congress-Centrum Ost, ist täglich von 9 Uhr bis 19 Uhr geöffnet.

Ticketpreise der photokina 2008

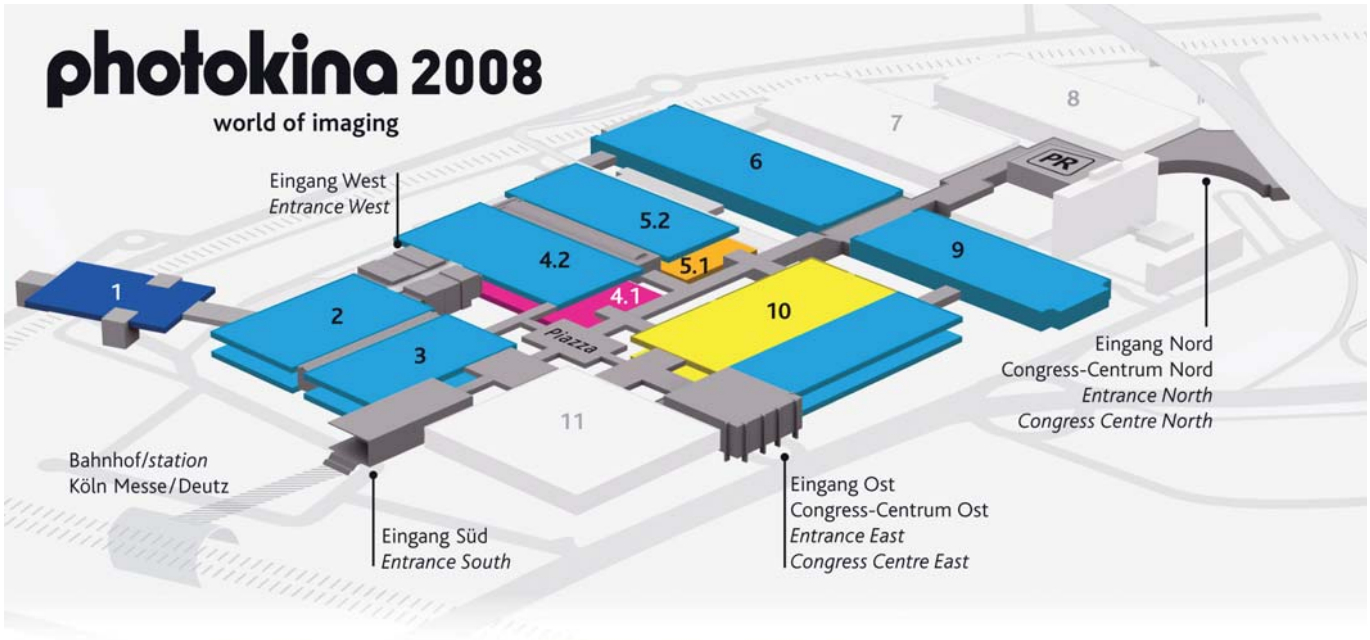
	Im Vorverkauf:	An der Tageskasse:
Tageskarte	21,00 Euro	28,00 Euro
Tageskarte Wochenende	12,00 Euro	16,00 Euro
2-Tage-Karte	35,00 Euro	47,00 Euro
Dauerkarte	59,00 Euro	79,00 Euro
Katalog	19,00 Euro	19,00 Euro

Der Vorverkaufspreis gilt nur für Online-Shop-Bestellungen bis einschließlich 22. September 2008. Bestellungen im Online-Shop sind bis inklusive 27. September 2008 möglich, allerdings gelten mit Beginn der Messe auch hier die Preise der Tageskasse.

MEHR ALS EINE MESSE

Mit einem hochkarätigen Rahmenprogramm für Fachbesucher und Endverbraucher rundet die photokina ihr Messeangebot ab. Neben Symposien für Handel und Fachanwender werden Workshops für Profis und ambitionierte Hobbyfotografen, Aktionsflächen und Fotoausstellungen angeboten. Damit zeigt die photokina, dass sie mehr ist als eine reine Technik- und Produktmesse. Im Mittelpunkt der Angebote für die Fachbesucher steht der Informationsaustausch über aktuelle Branchentrends, Marktentwicklungen und Businessmodelle der Zukunft. Am zweiten und dritten Messetag werden Top-Manager der Branche über die Zukunft von Fotografie und Imaging diskutieren. Im Rahmen des „International Business Forums“ mit dem Titel „Memories on demand“ werden rund 400 Entscheider aus aller Welt die Auswirkungen der digitalen Bild-Technologien auf die Konsumenten thematisieren. Die Veranstaltung findet am 24. und 25. September jeweils von 10.15 Uhr bis 12.30 Uhr im Congress-Centrum Ost statt (Anmeldung unter www.photokina.de). Auch diese photokina bietet ihren Besuchern mit „Meet the Professionals“ ein Kontaktforum besonderer Güte. Hier stellen sich Anwenderverbände und -organisationen, Bildagenturen und Publisher ihrer Zielgruppe vor und präsentieren den Profis der kreativen Szene ihre Arbeit. Das Kontaktforum lädt zu einem regen Informationsaustausch ein. Dazu gehören Diskussionsveranstaltungen und Vorträge, die zu aktuellen Branchenthemen täglich auf der Bühne in Halle 1 stattfinden.

Eine weitere Attraktion auf der photokina 2008 soll das größte Fotobuch der Welt, das „Photobuch XXL“ werden. Mit zehn Seiten, die jeweils drei Meter breit und zwei Meter hoch sind, ist es nicht nur das größte Fotobuch der Welt, es wird auch ein Blickfang in Halle 10.2 des Kölner Messegeländes sein. Rund um das größte Fotobuch der Welt werden Fotokioske und -drucker sein. Der Grund: Alle Besucher der photokina sind aufgerufen, ihre digitalen Bilddaten über die Printstationen auszudrucken und in das zu Messebeginn noch leere „Photobuch XXL“ einzukleben. Jeder, der sich aktiv an der Gestaltung des größten Photobuchs der Welt beteiligt, nimmt an der Verlosung von Produkten der Foto- und Imagingbranche teil. Und wer noch etwas Zeit übrig hat, für den sind hier noch einige Tipps, wo man sich über das touristische Köln informieren kann:
www.koelntourismus.de/koeln-entdecken.html
www.koeln.de/tourismus/
http://insidecologne.de



Hallen · *Halls*		Angebotsbereiche · *Product areas*
	1	Visual Gallery
	2, 3, 4.2, 5.2, 6, 9, 10	Bildaufnahme/Equipment/Zubehör · *Image Input/Equipment/Accessories*
	4.1	Bildbearbeitung · *Image Processing*
	5.1	Bildspeicherung · *Image Storage*
	10	Bildausgabe/Services · *Image Output/Services*
PR		Pressecentrum · *Press Centre*

Dank der integrierten Gesichtserkennung gelingen mit der „FE-360" Bilder von Freunden ganz leicht

FOTO: OLYMPUS

Die „Exilim Zoom EX-Z85" ist 89,7 mm breit, 51,7 mm hoch und 19 mm flach und in den Farben Silber, Schwarz, Pink, Rosa, Blau, Grün, Braun und Orange erhältlich

FOTO: CASIO

OLYMPUS

Bunt und freundlich

Die „FE"-Familie von Olympus zählt zwei neue Mitglieder: die 8-Megapixel-Kameras „FE-360" und „FE-370". Beide Kameras wurden nach dem Prinzip „One button, one function" konzipiert, das besonders einfache Bedienung gewährleisten soll. Die schlanke „FE-360" hat ein Dreifach-Zoom und arbeitet mit einem Digital Image Stabilisator, der Verwacklungen durch lange Belichtungszeiten mit hoher Empfindlichkeit bis zu ISO 1 000 vermindert. Die „FE-360" gibt es in den vier Farben: Silber, Schwarz, Blau und Pink. Das Spitzenmodell der FE-Serie heißt „FE-370" und ist mit einem Fünffach-Zoomobjektiv (36-180 mm) und Dual Image Stabilisation ausgestattet.

Olympus auf der photokina: Halle 02.2, Stand D039 B030 und Stand B040 D041

JOBO

Echt edel

Klein wie eine Brieftasche und groß wie eine Pinakothek: Der digitale Bilderrahmen „X7" von Jobo kann in seinem ein GByte großen Speicher bis zu 10 000 Fotos archivieren. Ein integrierter Li-Ion-Akku versorgt das Display mit Strom, wenn man unterwegs Fotos auf dem 9 x 14 cm großen Bildschirm anschauen will. Die im Lieferumfang enthaltene Ledertasche lässt sich durch Aufklappen in einen Standfuß verwandeln, so dass man den „X7" überall aufstellen kann. Das mobile Fotoalbum zeigt die gespeicherten Bilder als Miniaturen (Thumbnail View), Vollbild oder in einer Diashow mit verschiedenen Übergangseffekten an.

Jobo auf der photokina: Halle 5.1, Stand A010/A018

CASIO

Kamera mit Gedächtnis

Die Casio „Exilim Zoom EX-Z85" hat ein Dreifach-Zoom, 9,1 Millionen Pixel und ein gutes Personengedächtnis. Ihre „automatische Gesichtswiedererkennungs-Funktion" erinnert sich an bis zu sechs Gesichter, die zuvor aufgenommen und als Priorität gespeichert worden sind. Sobald eine dieser Personen im Sucher erscheint, optimiert die Kameraautomatik Fokus und Belichtung auf dieses Gesicht. Die Auto Shutter-Funktion löst bei einem Lächeln oder ruhigem Motiv aus.
Mithilfe der „Motion Blur Detection-Technologie" macht die „EX-Z85" automatisch genau dann ein Foto, sobald die Kamera ruhig gehalten wird oder ein dynamisches Objekt zum Stillstand kommt - sogar ohne dass der Auslöser gedrückt wird.

Casio auf der photokina: Halle 2.2, Stand C009/D009

VISIBLE DUST

Staubfrei wechseln

Jeder Objektivwechsel bei der digitalen Spiegelreflexkamera birgt die Gefahr, dass Staub oder Feuchtigkeit auf den Sensor gelangen und die Bildqualität beeinträchtigen. Mit den Sensorpinseln von Visible Dust lassen sich diese Verunreinigungen beseitigen. Das neue Modell – der „Arctic Butterfly 724 Brite" - beleuchtet den Arbeitsbereich sogar mit einer eingebauten Leuchtdiode (LED). In ihrem Lichtkegel sind Staubpartikel zu erkennen, und - dies ist besonders wichtig - ölige Rückstände durch mechanischen Verschleiß im Kamerainnern werden nicht übersehen. Denn wenn diese mit dem Pinsel in Berührung kommen, können sie den Sensor verschmutzen. Ein eingebauter Motor lädt die Pinselfasern elektrostatisch auf. Staubteilchen bleiben so besser haften.

Visible Dust auf der photokina: Halle 6, Stand D033

FOTO: JOBO

Der mobile Bilderrahmen steckt beim Transport elegant und sicher in einem schwarzen Etui aus echtem Nappaleder

Die LED-Leuchte des Arctic Butterfly 724 Brite erleichtert die Kontrolle des Reinigungsvorgangs

FOTO: VISIBLE DUST

UP2DATE

Für den Heimkinospaß sind Fernbedienung und das notwendige Verbindungskabel optional erhältlich

FOTO:ROLLEI

Die Rollei „S10" nimmt Videos in VGA-Qualität (640 x 480 Pixel) auf

FUJIFILM

Film und Foto

Die Fujifilm „Finepix S2000HD" nimmt Fotos mit einer Auflösung von bis zu zehn Megapixeln auf. Das Objektiv der Kamera umfasst einen Brennweitenbereich von 28 bis 414 Millimetern. Bei langen Brennweiten verhindert die mechanische Bildstabilisierung nach dem CCD-Shift-Prinzip Verwacklungen. Dynamisch wird es im Serienbildmodus, in dem die Kamera 13,5 Bilder pro Sekunde mit drei Megapixel Auflösung schießen kann. In der Auflösungsstufe fünf Megapixel nimmt sie sogar 6,8 Bilder pro Sekunde auf. Mit dieser Funktion kann man Bewegungsstudien machen und ist bei der Sport- und Actionfotografie immer am Drücker. Fans des High Definition-Standards können sich über die Möglichkeit freuen, HD-Videos zu drehen. Deren Auflösung liegt bei maximal 1 280 mal 720 Pixel mit 30 Bildern pro Sekunde. Die Filme kann man auf HDTV-Geräten formatfüllend in HD-Qualität wiedergeben.

Fujifilm auf der photokina: Halle 4.2, Stand A021

KATA

Farb-Trio

Die neuen Kata Fotorucksäcke „KT DR-467" und „KT DR-465" sind trotz ihrer zarten Farben robust und äußerst praktisch. Die Rucksäcke aus der Kata-„DPS"-Produktfamilie schützen die Fotoausrüstung mit ihrer gerippten Struktur gegen Stöße. Schnallen aus Metall, wasserfeste Reißverschlüsse und ein integrierter Regenschutz halten Feuchtigkeit und Staub von der Kameraausrüstung fern. Gepolsterte Tragegurte, ein ausgeformtes Rückenpolster, ein Brustgurt sowie ein Hüftgurt sorgen für hohen Tragekomfort.

Kata auf der photokina: Halle 6.1, Stand D010/E019

Die komfortablen Kata-Fotorucksäcke gibt es ab sofort als limitierte Color Collection in drei originellen Farbkombinationen

FOTO: KATA

ROLLEI

Leichter Einstieg

Mit den beiden preiswerten Kompaktkameras „S10" und „S8" macht Rollei Einsteigern ein attraktives Angebot. Beide Modelle werden mit Fototasche und SD-Karte mit einer Speicherkapazität von einem GByte ausgestattet und stehen als Sonderedition in limitierter Stückzahl zur Verfügung. Die Digitalkameras aus der Compact-Linie arbeiten mit zehn beziehungsweise acht Megapixeln, haben ein Dreifach Zoom und bieten für die einfache Bedienung 23 Motivprogramme. Beide Kameras nehmen Serien mit bis zu drei Bildern pro Sekunde auf und sind mit der „Rollei Anti Shake Function" ausgestattet. Die Funktion „Coupling-Shot" kombiniert zwei Fotos zu einem einzigen Bild. Der Partyschnappschuss kann so zum Beispiel nachträglich um fehlende Gäste ergänzt werden.

Rollei auf der photokina: 05.2, Stand D009

TRANSCEND

Handlicher Speicherriese

Der USB2.0-Stick „JetFlash V20" von Transcend ist mit einer Speicherkapazität von 64 GByte ausgestattet. Trotzdem misst der Stick nur 88 mm x 33 mm x 15 mm und ist damit gerade einmal so groß wie eine AA-Batterie. Seine Lese-Geschwindigkeit beträgt zehn MB/s, während mit drei MB/s geschrieben wird. Zudem bietet Transcend mit dem „JetFlash V20" Software-Anwendungen zum kostenlosen Download, die den Datentransfer ganz einfach machen. Zum „JetFlash elite"-Softwarepaket gehören acht Datenmanagement-Funktionen.

Transcend auf der photokina: Halle 15.1, Stand 101

FOTO TRANSCEND

Der „JetFlash V20" arbeitet mit Windows 98 SE / Me / 2000 / XP / Vista sowie Mac und Linux

TECXUS

Starkes Stück

Digitalkameras stellen hohe Anforderungen an die verwendeten Batterien. Die verwendeten Zellen müssen viel Energie liefern und die Kapazität lange Zeit auf hohem Niveau halten. Mit den drei Lithium-Batterien der Baugrößen AAA (FR 03), AA (FR 6) und neun Volt (ER 9V) bietet Tecxus Zellen für energiehungrige Geräte an. Außer für den Einsatz in Kameras empfiehlt der Hersteller die Lithium-Batterien für MP3-Player oder Feuermelder, die ebenfalls besondere Ansprüche an Batterien stellen.

Tecxus auf der photokina: Halle 7, Stand D047

FOTO: TECXUS

Lithium-Batterien haben eine bis zu siebenmal höhere Leistung als Alkaline-Zellen

PANASONIC

Speicherkarten für HD-Videos

Panasonic hat eine neue Speicherkartenreihe auf den Markt gebracht: Die „SDHC High Speed"-Speicherkarten haben Speicherkapazitäten von sechs bzw. zwölf GByte und eignen sich für Videoaufnahmen mit High-Definition-Camcordern. Die Karten „RP-SDM06G" (sechs GB) und „RP-SDM12G" (zwölf GB) bieten Speicherplatz für 90 beziehungsweise 180 Minuten für Full-HD-Videos mit 1 920 x 1 080 Pixel Auflösung. Die SDHC-Karten arbeiten mit Datentransferraten von vier MB pro Sekunde (garantiert) bis zehn MB pro Sekunde (maximal).

Panasonic auf der photokina: Halle 3.2, Stand C020

FOTO: PANASONIC

Das Beschriftungsfeld der SDHC-Speicherkarten bietet Platz für Stichworte oder Aufnahmedatum

IQ IMMER QUALITÄT

Geben Sie Ihrer Qualität ein Gesicht!

Als Mitglied der telering-Kooperation können Sie Ihr mittelständisches Fachgeschäft zu einer starken, unverwechselbaren Qualitätsmarke machen:

- Zugriff auf ein großes und vielfältiges Dienstleistungsangebot
- Schnelle, zuverlässige Versorgung mit Markenprodukten
- Zahlreiche Möglichkeiten zur Betriebskostensenkung
- Attraktive Vermarktungshilfen das ganze Jahr über

Als qualitätsorientierter Fachhändler sollten Sie diese Angebote nach Ihren individuellen Bedürfnissen nutzen. Also, worauf warten Sie noch? Geben Sie Ihrem Fachgeschäft ein neues, attraktives Gesicht – kommen Sie zur telering!

telering
Ihr Spezialist mit Fachkompetenz

Markenprofi
Für alle, die mehr wollen.

telering Marketing GmbH & Co. KG
Hintere Bleiche 34 · 55116 Mainz · Telefon 06131-28881 12
Fax 06131-28881 84 · E-Mail info@telering.de · www.telering.de

UP2DATE

Die „Pentax Optio M20“ gibt es in den Farben Silber, Schwarz, Rot, Pink und Blau

FOTO: PENTAX

Das schlanke und zugleich robuste Gehäuse und die langen Akkulaufzeiten machen die neuen Photoviewer mobil

FOTO: EPSON

PENTAX

Schnell am Drücker

Mit der Zehn-Megapixel-Digitalkamera „Optio M60“ spricht Pentax Fotografen an, die Wert auf Mobilität und Design legen. Die hohe Flexibilität durch ein Fünffach-Zoom (36 – 180 mm) wird durch die Möglichkeit von „High-Speed-Serienbildaufnahme“ für bis zu vier Aufnahmen pro Sekunde ergänzt. Die Kamera speichert diese Serienaufnahmen mit einer Auflösung von fünf Megapixel ab. 16 Motivprogramme wie Nachtporträt und Feuerwerk und eine Funktion zur Gesichtserkennung und optimalen Belichtung von Hauttönen machen die „M60“ zu einem zuverlässigen Begleiter in abwechslungsreichen Situationen.

Pentax auf der photokina: Halle 2.2 , StandD029/C029

SIHL

Foto-Künstlerpapiere

Die Künstlerpapiere „Artistic Creative Smooth Paper“ 320 und 240 und „Artistic Creative Textured Paper“ 320 und 240 von Sihl eignen sich für hochwertige Fotodrucke oder Kunstreproduktionen. Bei der Herstellung kommen keine optischen Aufheller zum Einsatz. Die Künstlerpapiere bestehen aus säurefreiem Kunstdruckpapier, das zu 100 Prozent aus Baumwollfasern hergestellt und mit einer porösen, matten Beschichtung veredelt ist. „Smooth“ weist eine ebenmäßige Oberfläche und „Textured“ eine leichte Strukturierung auf. Beide Sorten kommen als Blattware (A4 und A3+) und in Rollenbreiten von 17“, 24“, 36“, 44“ und 60“ auf den Markt.

Sihl auf der photokina: Halle 10.1, Stand B20/C29

FOTO: SIHL

Die Ausdrucke auf den neuen Künstlerpapieren bieten exakte Graubalance, natürliche Hauttonwiedergabe und gute Detailzeichnung

EPSON

Qualitätskontrolle vor Ort

Auslösen und anschauen – der schnellen Verfügbarkeit der Aufnahmen verdankt die Digitalfotografie einen Großteil ihrer Popularität. Doch Bilddetails wie Schärfe und Farbtreue lassen sich auf dem Kameradisplay kaum zuverlässig beurteilen. Die neuen Epson Photoviewer „ P-6000“ und „P-7000“ dagegen zeigen auf ihren vier Zoll großen „Photo Fine Premia“-LC-Displays mit 640 x 480 Pixel ein deutliches und farbgetreues Bild. Das Display deckt 94 Prozent des Adobe RGB-Farbraums ab. In Verbindung mit dem Bildbearbeitungsprogramm „Adobe Photoshop“ eignen sich die Geräte sogar als USB-Wide-Colour-Gamut-Monitor für die Bildbearbeitung oder Nachbearbeitung.

Epson auf der photokina: Halle 2.2, Stand B039/A030

TOSHIBA

Videos für alle

Handlich, klein und 340 Gramm leicht präsentiert sich Toshibas Camcorder „Camileo H10“. Äußerlich angenähert an das Design der „Gigashot“-Reihe schließt der Camcorder die Lücke zwischen den „Camileo“-Allroundern und den „Gigashot“-High-End-Modellen und richtet sich damit an ambitionierte Filmer. Der „Camileo H10“ arbeitet mit einer Auflösung von 1 280 x 720 Pixeln und einem Fünffach-Zoom. Er lässt sich über einen HDMI-Anschluss mit einem HD-Fernsehgerät verbinden. Mit einem mitgelieferten Programm kann der Hobbyfilmer Videos in YouTube laden. Lustige Szenen oder spektakuläre Abenteuer können so ganz einfach einem großen Publikum zur Verfügung gestellt werden.

Toshiba auf der photokina: Halle 5.1, Stand B008

FOTO: TOSHIBA

Der „Camileo H10“ schießt Fotos mit einer Auflösung von fünf Megapixel

Branchen-Stimmen

Was den Fachhandel auf der photokina seitens Industrie und Hersteller erwartet, darüber kann momentan nur spekuliert werden. hitec HANDEL hat bei Ringfoto, Photoindustrie-Verband, BVT und der Koelnmesse nachgefragt, was sie auf der photokina präsentieren werden und für den Handel bereithalten.

Michael Gleich, Geschäftsführer Ringfoto Gruppe:

FOTO: RINGFOTO

Michael Gleich, Geschäftsführer der Ringfoto-Gruppe

Der deutsche Kameramarkt verzeichnet weiterhin Wachstum. Wie unterstützt die Ringfoto-Gruppe ihre Mitglieder, damit diese weiterhin vom positiven Trend profitieren?

„Das Segment der digitalen SLR-Kameras und das zugehörige Zubehörsortiment wird bei uns im Lagergeschäft sehr stark forciert. Hier gibt es zahlreiche exklusive Angebote und Verkaufspakete, um dem Fachhändler eine zufrieden stellende Marge zu ermöglichen. Gerade das umfangreiche Zubehör, unter anderem an Wechselobjektiven, Blitzgeräten, Taschen und Stativen, kann von kompetentem Personal zielgerichtet und individuell auf die Bedürfnisse des Konsumenten abgestimmt, angeboten werden. In diesem Bereich ist der serviceorientierte Fachhandel konkurrenzlos. Rechtzeitig zum Start der photokina haben wir unseren Fachhändlern erstmals ein Themenschaufenster angeboten. Das günstige Dekopaket beinhaltet sämtliche Werbemittel, um die Messeneuheiten prägnant und verkaufsfördernd im Schaufenster zu inszenieren. Zusätzlich zu unseren Warenplakaten für Aktionskameras stellen wir dem Händler nach der photokina erstmals auch Warenplakate zu den photokina-Neuheiten zur Verfügung. Dafür wurde eine völlig neue Plakatoptik entwickelt, die der Wertigkeit der technischen Innovationen Rechnung trägt und nicht so preisaggressiv gestaltet ist wie unsere sonstigen Plakate."

Und welche Aktivitäten rund um die photokina sind für die Mitglieder geplant?

„Der Ringfoto-Stand auf der photokina ist für alle Händler ein wichtiger Anlaufpunkt. Zum einen besteht hier die Möglichkeit des persönlichen Kontakts, und zum anderen findet der Händler hier auch ganz besondere Sortimentsempfehlungen. Besonders erwähnenswert sind dabei unsere neuen Partner: The Phonehouse als neuer Vertriebspartner im Bereich Telekommunikation präsentiert seine Sortimente am Ringfoto-Stand mit einem eigenen Promoter-Team – Kodak, Epson und Tetenal präsentieren gemeinsam eine technische Komplettlösung für die eigene Bilderproduktion des Händlers. Diese umfasst neben der neuen „APEX"-Technologie von Kodak auch passende Bildannahmeterminals und einen Epson-Plotter, der optimal in das System integriert werden kann. Der gesamte Vertrieb des Systems wird über die Firma Tetenal laufen, damit der Händler alle Bausteine aus einer Hand bekommt und eine Lösung erhält, die ganzheitlich auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist. Die neue Fernglas-Serie „LOOK" von Fuji wird an einem frei stehenden Warenmodul präsentiert, das von unserer Ladenbaufirma Decor Metall eigens für die photokina produziert wird und der blickfangmäßigen Platzierung von Ferngläsern dient. Erstmals präsentiert sich auch das mehrfach ausgezeichnete CeWe-Fotobuch auf unserem photokina-Stand. Mittels eines flexiblen Wandmoduls, an dem die Fotobücher präsentiert werden, kann sich der Händler ein Bild davon machen, wie die optimale Fotobuch-Präsentation in seinem Geschäft aussehen könnte. Natürlich nicht zu vergessen unsere eigene Ringfoto-Messe vom 10. bis 12. Oktober in Erlangen. Hier kann der Fachhändler in aller Ruhe den Bedarf für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft, inklusive aller Neuheiten, bestellen."

Ringfoto auf der photokina:
Halle 2.1, Stand D020 D028

Rainer Schmidt, Geschäftsführer Photoindustrie-Verband e.V.:

Warum ist der Besuch der photokina für den Fachhandel ein Muss?

„Die photokina als Weltleitmesse der Foto- und Imagingbranche verfügt über eine ganz besondere Anziehungskraft. Die World of Imaging ist für Industrie und Handel gleichermaßen der wichtigste Trendsetter. Die Welt der Fotografie hat mit dem Übergang zur Digitaltechnik einen Imagewechsel mit gewaltigen Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten erfahren. Um mit der Entwicklung Schritt zu halten, müssen Handel und Industrie in neue Technologien investieren, zur nachhaltigen Sicherung von Erfolg und Wachstum. Dabei ist es von besonderer Bedeutung, wohin diese Investitionen fließen. Umfassende Informationen über Produktentwicklungen, sich wandelnde Trends und verändertes Verbraucherverhalten, wie sie die photokina liefert, sind deshalb unerlässlich. Der Technologiewandel in der Fotografie hat nicht nur die Art und Weise verändert, wie Verbraucher heute fotografieren, sondern auch dem Umgang mit den Bildern neue Dimensionen eröffnet. Produktgruppen, die vor kurzem noch ein Nischendasein fristeten, sind für den Handel zu wichtigen Umsatz- und Margenbringern geworden. So erweisen sich beispielsweise digitale Bilderrahmen als echte Zugpferde. Das gilt auch für die Trendprodukte im Bildermarkt. Heute erschließt sich der Handel zunehmend mit Fotobüchern neue Umsatzquellen. Auf der photokina wird die Industrie umfassend alle Lösungen rund um die Gestaltung, Herstellung und die Vermarktungsmöglichkeiten von Fotobüchern und weiteren Trendprodukten zeigen. Der Fotohandel benötigt bei der zunehmenden Sättigung bestimmter Segmente präzise Informationen über Veränderungen des Marktes. Er sollte sich im eigenen Interesse damit auseinandersetzen, für welche Produkteigenschaften sich die Verbraucher zukünftig begeistern werden und ihm so die entscheidenden Umsätze bringen können. Tipps und Anregungen dazu kann er sich in optimaler Weise auf der photokina holen."

FOTO: PHOTOINDUSTRIE-VERBAND

Rainer Schmidt, Geschäftsführer Photoindustrie-Verband e.V.

In einigen Segmenten des Fotomarktes stehen die Zeichen auf Wachstum. In welchen Bereichen sehen Sie noch Potenzial?

„Die Digitaltechnik hat den Verbrauchern ganz neue Anwendungen der Bildnutzung erschlossen und dem Handel zusätzliche Märkte beschert – die Zukunft sieht überwiegend „rosig" aus. Der Fotomarkt ist durch den Technologiewandel komplexer geworden, und er ist seit über zehn Jahren ein beachtlicher Wachstumsmarkt. So haben sich die Kameraabsatzzahlen von 1997 bis 2007 in Deutschland von 4,02 auf 8,8 Millionen Stück mehr als verdoppelt. In diesem Jahr erwarten wir eine weitere leichte Steigerung. Auch der Verkauf von Wechselobjektiven ist im gleichen Zeitraum um 70 Prozent gestiegen, und der von Blitzgeräten weist in den letzten vier Jahren durchschnittliche Steigerungsraten von etwa 24 Prozent auf. Fotobücher, digitale Bilderrahmen und andere Zubehörprodukte, wie Stative, Taschen, Filter, zeigen Tendenzen bis hin zur Verdoppelung oder sogar Verdreifachung ihres Absatzvolumens. Aber auch das „digitale Heimlabor" garantiert eine Welt innovativer Fotoprodukte, die den Verbrauchern neue kreative Anwendungen erschließen und dem Fotofachhandel neue, zusätzliche Umsätze bescheren. Die photokina wird mit ihrer Gesamtschau der „World of Imaging" dem Fotofachhandel wieder einen umfassenden Überblick über Markttendenzen und Veränderungen im Verbraucherverhalten liefern. Und ihm so wichtige Entscheidungshilfen für die Investitionen in die Zukunft geben."

Der Photoindustrie-Verband auf der photokina: Boulevard Stand A012

Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer Koelnmesse:

Auf der photokina 2006 war der Imaging Workflow noch in fünf Bereiche unterteilt. Warum sind es in diesem Jahr nur noch vier Angebotsbereiche?

„Wir haben das Konzept, den gesamten Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur zu übertragen, im Jahr 2006 sehr erfolgreich erstmals umgesetzt. Dies führen wir in diesem Jahr in optimierter Form fort. Das bedeutet, dass wir den Workflow zur photokina 2008 nur noch in vier statt wie bisher fünf Angebotsbereiche unterteilen. Dies sind die Bereiche Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe. Die Angebotspalette der Zubehörartikel werden wir den jeweiligen Angebotsbereichen des Imaging-Workflow angliedern. Mit dieser Optimierung kommen wir dem Wunsch des Marktes nach, der eine engere Verzahnung der einzelnen Angebotsbereiche mit dem ergänzenden Zubehörbereich als optimale Umsetzung des Workflow-Konzeptes ansieht. Dies führt gleichzeitig zu einer kompakteren und übersichtlicheren Hallenstruktur."

FOTO: KOELNMESSE

Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

Auf welche Trends dürfen die Besucher der photokina in diesem Jahr gespannt sein?

„Diese Frage ist wirklich schwer zu beantworten. Die Branche hat in den vergangenen Jahren immer wieder ihr enormes Innovationspotenzial unter Beweis gestellt und in kurzen Abständen immer wieder neue faszinierende Techniken und Produkte vorgestellt. Ein sehr spannendes Thema wird sicherlich die Frage sein, welche neuen und kreativen Wege zum gedruckten Bild dem Verbraucher angeboten werden und welche neuen Möglichkeiten der Bildpräsentation das digitale Zeitalter bereithält. Aber auch die Kamerahersteller werden technische Entwicklungssprünge präsentieren, die die kreativen Möglichkeiten des Mediums noch weiter ausreizen. Diese Liste ließe sich auf viele Anwendungsbereiche ausdehnen. So werden wir Speicherkarten mit immer größerer Kapazität und höherer Speichergeschwindigkeit sehen und Bildbearbeitungssoftware mit neuen kreativen Funktionen. Auf dem Sektor der Bildausgabe werden die Druckerhersteller Homeprinter zeigen, die nahezu Laborqualität auf unterschiedlichsten Medien liefern, und Fotofinisher bieten den Kunden immer neue Produkte und Dienstleistungen an, um Bilder eindrucksvoll zu präsentieren. Darüber hinaus wird das Thema GPS und Geotagging ebenso ein Thema der Messe sein wie die Möglichkeiten der hochauflösenden Bilddarstellung. Ich bin sicher, das ist noch lange nicht alles. Die photokina 2008 wird noch manche Überraschung und Innovation bereithalten."

Der BVT auf der photokina

Schüler und Fachbesucher können sich auf dem Messestand des BVT über die Möglichkeiten des neuen Berufes Fotomedienfachmann/frau informieren. Kölner Berufsschullehrer, die den neuen Beruf bereits unterrichten, werden vom 23. bis 26. September von 15 bis 17 Uhr Fragen rund um den neuen Fotoberuf beantworten. Unter dem Motto „Mach dir ein Bild!" profitieren Ausbildungsinteressierte dabei von gleich zwei Aktionen: Zum einen können Klassenlehrer an Schulen in NRW per E-Mail an bvt@einzelhandel.de Eintrittskarten-Gutscheine für die photokina bestellen. Diese müssen sie dann während der photokina nur noch an den Kassen der Koelnmesse einlösen. Als weiteren Service bieten der BVT und die Koelnmesse Ausbildungsinteressierten die Möglichkeit, kostenlos professionelle Bewerbungsfotos machen zu lassen. Ein Profifotograf steht dazu vom 23. bis 26. September von 14 bis 17 Uhr auf dem BVT-Stand zur Verfügung.

FOTO: BVT

Willy Fischel, Geschäftsführer des BVT

Willy Fischel, Geschäftsführer des BVT: „Mit dem neuen Berufsbild ist die Ausbildung im Foto-Einzelhandel noch attraktiver geworden. Wir nehmen den Start des neuen Berufes zum Anlass, um gemeinsam mit dem Photo+Medienforum Kiel an einem kombinierten Standort in Halle 2.1 Präsenz zu zeigen. Ausbildungsplatzinteressierte können sich beim Photo+Medienforum Kiel über die Aus-, Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten rund um die Foto- und Medienbranche schlau machen."

Der BVT auf der photokina: Halle 2.1 Stand C24

foto-focus
04/08
Informationen für die Foto-Branche vom Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT)
Bildungsportal im Einzelhandel: www.handelswissen.de

Alles, was der Handel braucht

photokina 2008: „Rundum-sorglos-Paket" für Fachhändler

Olympiade – kaum ist sie vorbei – geht sie schon wieder los, diesmal für die Fotobranche. Sie heißt photokina und schlägt als *„international bedeutendste Branchenplattform"* der Fotowelt vom **23. bis 28. September 2008** wieder ihre Zelte in Köln auf. 1 500 Anbieter aus rund 50 Ländern und ein Auslandsanteil von über 60 % sind ein Beweis für die **Bedeutung der Kölner Leitmesse**. Als besonderen Service bietet die photokina 2008 mit der **International Buyers Lounge** im Europasaal des Congress-Centrums Ost Fachhändlern aus aller Welt eine exklusive Anlaufstelle von *„unschätzbarem Wert"*. **Elektronischer Neuheitenkatalog, Info-Pakete,** Besprechungsräume, **Ruhe-Lounge** – und noch vieles mehr garantieren optimale Rahmenbedingungen für den zielgerichteten Businessbesuch der photokina. Die International Buyers Lounge wird u.a. unterstützt durch den Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT), der die Interessen aller Fachhandelsgruppen vertritt, die Produkte des Digital Imaging vertreiben. An jedem Messetag können sich Händler in der „International Buyers Lounge" schon vor Messebeginn intensiv auf den Besuch der photokina vorbereiten. Das Service- und Informationsangebot reicht von **detaillierten Messe- und Produktinformationen** über individuelle Problemlösungen bis zum Zugriff auf spezielle Datenbanken und das World Wide Web. Die GfK Marketing Services bieten beispielsweise mit **ENCODEX** eine elektronische Datenbank für **Artikelstammdaten** mit einem Neuheitenkatalog, der auf Tastendruck den Zugriff auf ein umfassendes Sortiment an Imaging-Produkten ermöglicht. Zum Angebot zählen zudem das kostenlose **Fitness-Frühstück** von 9.00 bis 10.00 Uhr am „Free Welcome Desk" sowie ein **umfangreiches Info-Paket** mit photokina-Katalog, handlichem Messebegleiter sowie Neuheiten- und Produkt-Infos. Die Kölner: *„Damit dient die International Buyers Lounge den internationalen Wiederverkäufern als ideale Ausgangsbasis für einen erfolgreichen Messetag. Aber auch während des Tages machen die Service-Angebote das Centrum zur idealen Anlaufstelle. Abseits des Messetrubels finden Fachhändler hier ständig aktualisierte Informationen, können sich auf weitere Gespräche vorbereiten und mit Unterstützung durch das fachkundige Messeteam Termine koordinieren und sich Gesprächspartner vermitteln lassen. Die International Buyers Lounge fungiert somit als ‚Back-Office' für ihre Nutzer: Die Fachhändler erhalten jegliche Unterstützung, auf die es für einen zielgerichteten Messebesuch ankommt."*
Zutritt zur International Buyers Lounge haben ausschließlich **registrierte Fachhändler**. Eine Registrierung ist sowohl vor Ort als auch vorab über das Internet möglich. Besonders schnell und bequem funktioniert das ab sofort über das photokina-Kundenportal

http://mykoelnmesse.photokina.de/

Fachbesucher, die sich hier anmelden, müssen sich nicht mit der notwendigen Registrierung und dem Ticketkauf am Messetag aufhalten, sondern starten direkt ins Messegeschehen durch. Die International Buyers Lounge im **Europasaal, Congress-Centrum Ost**, ist **täglich von 9.00 bis 19.00 Uhr geöffnet**, also jeweils eine Stunde vor Messebeginn und nach Messeschluss.

Eine Klasse für sich

Ausbildung Fotomedienfachmann/fachfrau gestartet

Am Puls der Zeit: Am 1. August 2008 konnten viele Jugendliche in Deutschland erstmals eine **Ausbildung** zum/zur Fotomedienfachmann/fachfrau starten. Seit Jahren von der Fotobranche gefordert, bietet der Beruf nun ein attraktives und zukunftsorientiertes Tätigkeitsfeld in einer dynamischen Branche: Fotomedienfachleute beraten zum Beispiel beim Verkauf von Spiegelreflexkameras, fotografieren im Fotostudio, bearbeiten Bilder am Computer und erstellen Bildpräsentationen. Berufliche Perspektiven bieten sich den angehenden Fachkräften nach der dreijährigen Ausbildung im technisch orientierten Einzel- und Großhandel, in Fotostudios, bei Bilderdienstleistern und Fotoherstellern. Wie's genau funktioniert, erfahren Fachhändler im Internet unter www.bvt-ev.de. Ausbildungsinteressierte können sich im Rahmen der Kölner Foto-Leitmesse photokina vom **23. bis 26. September 2008 jeweils von 15.00 - 17.00 Uhr** am BVT-Stand in **Halle 2.1, Stand C24,** ausführlich über das neue Berufsbild informieren. Mehr dazu demnächst.

Bilder, die die Welt bedeuten

photokina-Aussteller bereit für Innovation

Für H. Rupsch, **Vorsitzender** Photoindustrie-Verband und **Geschäftsleiter** FUJIFILM Deutschland, steht der Olymp für die Branche auch dieses Jahr in Köln: *„Die photokina ist die Weltmesse des Bildes. Bei dieser Messe präsentiert sich alles zu diesem einen umfangreichen und zentralen Thema. Für FUJIFILM ist es im Bereich Imaging seit vielen Jahren die wichtigste Messe: Hier präsentieren wir unsere Neuheiten in voller Bandbreite, von der Eingabe über Software zur Ausgabe und allen Materialien. Hierher laden wir unsere Händler weltweit ein und nutzen dazu einen erheblichen Teil unserer Standfläche. Es geht um Neuheiten, es geht um Image, um Strategie, aber vor allem auch um Geschäfte."* Auch das Fotodickschiff Canon freut sich auf das Branchenhighlight in der Domstadt. O. Knipp, Canon-**Manager Product Business Development Consumer Products:** *„Die Foto-Olympiade in Köln ist nach wie vor die wichtigste Plattform für die Neuvorstellung der Fotobranche. Hier wird die Stimmung für das nächste Halbjahr gemacht, und hier wirft bereits das Weihnachtsgeschäft seine Schatten voraus. Wir haben ein spannendes Portfolio im Gepäck, mit dem wir sowohl Handel als auch Endverbraucher begeistern können. Insofern freuen wir uns auf die Traditionsveranstaltung in Köln und bereiten uns schon mit Hochdruck auf das Treffen mit unseren Handelspartnern und Fotografie-Fans vor."* Eine Aussage, die auch J. van Ede, **Geschäftsführer** Sony Deutschland GmbH, unterschreibt: *„Das Geschäftsjahr 2008 steht für Sony Deutschland ganz im Zeichen unserer innovativen und hochwertigen Digital-Imaging-Produkte. Daher hat die photokina 2008 eine ganz besondere Bedeutung für uns. Auf der seit mehr als 50 Jahren fest im Markt verankerten Business- und Kommunikationsplattform werden wir in Halle 5.2 neben unserem gesamten Produkt-Line-up aus dem Bereich Digitale Fotografie auch unsere ‚High End'-Spiegelreflexkamera der Alpha Serie mit Vollformat-Sensor und 24,6 Megapixeln präsentieren."* Auch für Samsung

Herausgeber: Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT), Postfach 29 04 61, 50525 Köln, Tel. (0221) 2 71 66-0, Fax: -20; **Redaktion:** Willy Fischel (verantw.), Steffen Kahnt.
foto-focus ist zur persönlichen Information bestimmt. Kopie oder Nachdruck, auch auszugsweise, sind ohne Zustimmung des Herausgebers untersagt.

foto-focus
04/08
Informationen für die Foto-Branche vom Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT)
Bildungsportal im Einzelhandel: www.handelswissen.de

ist die photokina *„als internationale Business- und Branchenplattform unverzichtbar“*. E. Thürnau, **Marketing-Manager** Samsung Electronics, DSC-Division: *„Sie bietet uns eine optimale Möglichkeit, unsere Produkte einem fotobegeisterten Publikum zugänglich zu machen und unsere ganze Angebotsbreite zu präsentieren.“ Gerade das Thema Vernetzung ist für einen Vollsortimenter wie Samsung natürlich in Köln ideal zu präsentieren. Thürnau: „Für den Fachhandel besonders interessant dürfte unser Fokus Connectivity sein: Besucher können live erleben, wie unsere Camcorder- und Digitalkamera-Neuheiten über HDMI-Schnittstellen optimal mit Wiedergabegeräten kommunizieren. Die Übertragung von Foto- und Videoaufnahmen in verlustfreier Qualität auf Full-HD-LCD-Fernseher erzeugt echten Heimkinogenuss.“*

Tiefenschärfe für den Weihnachtsmann

photokina soll Weihnachtsgeschäft ankurbeln

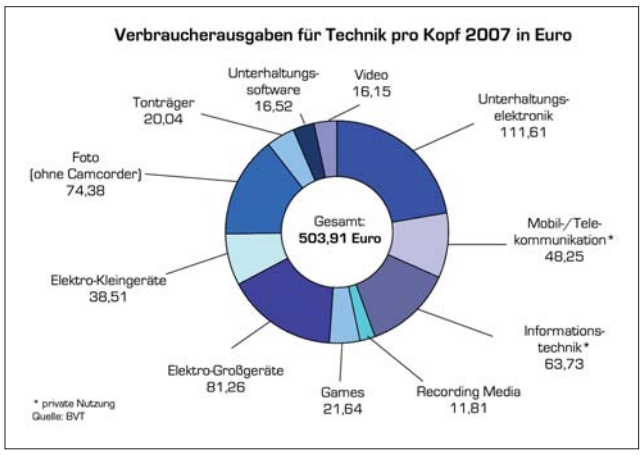
Auch der Handel geht erwartungsvoll in die neue photokina-Saison. U. W. Becker, **Verwaltungsratsmitglied** der Ringfoto-Gruppe: *„Für den Foto-Fachhandel ist die photokina ein Muss. Wer sich als Händler heute behaupten will, sollte nach Köln. Nirgendwo wird ein so umfassender Überblick über die technischen Entwicklungen im Fotobereich geboten wie hier. So komme ich schon seit 1978 – immer für drei Tage – in die Domstadt, um die neuesten Trends in der Fotobranche aufzuspüren. Als Fotograf interessieren mich natürlich auch die vielen Bilderschauen, und ganz wichtig ist nicht zuletzt auch der Austausch mit Kollegen abends beim Kölsch.“* Auch S. Wolf, **BVT-Vorstand** und **europa-foto-Verwaltungsrat**, macht sich auf den Weg nach Köln: *„Die photokina ist ganz wichtig für den Handel, um auf dem Laufenden zu bleiben und die entscheidenden Marktentwicklungen im Blick zu haben. Das Besondere an der Kölner Weltleitmesse ist ja, dass neben verfügbaren Produktinnovationen auch vieles gezeigt wird, was zwar schon machbar ist, aber im Markt nicht unbedingt in der Breite verkauft wird.“* Und gerade diese **Kombination von marktfähigen Produkten und Zukunftsvisionen** machen den Reiz der photokina aus. Nicht zuletzt hofft der Handel natürlich auf starken Rückenwind im Weihnachtsgeschäft. Wolf: *„Die Erwartung des Handels an die photokina ist groß. Denn photokina-Jahre haben sich bisher immer positiv auf den Umsatz ausgewirkt. Meist warten die Konsumenten noch die neuesten Produktvorstellungen in Köln ab und beflügeln dann mit gesteigerter Kauflust die Umsätze im Weihnachtsgeschäft.“*

Technik, die begeistert ...

BVT: Haushaltsausgaben für Technik steigen

Fernseher hin, Digicam her – der Verbraucher will nur eins: möglichst viel Komfort. Und dafür ist er nach wie vor bereit, in die Tasche zu greifen. So wächst die Ausgabebereitschaft der Deutschen für Technik im Haushalt weiter. Der Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) trägt für Sie jedes Jahr die wesentlichen Produktgruppen eines „Vollsortimenters“ zusammen. Die Prognose für 2008: Die Konsumenten werden in diesem Jahr insgesamt deutlich über **42 Mrd. Euro** in Technik für die private Nutzung investieren!

Bereits in 2007 erreichten die Ausgaben für Elektro und Elektronik in Deutschland ein Volumen von 41,5 Mrd. Euro, also noch einmal 1,3 Mrd. Euro mehr als im Vorjahr. Die Verbraucherausgaben **pro Kopf** stiegen von 488 auf **504 Euro** und überschritten damit erstmals die 500er Marke. Die **Haushaltsausgaben** stiegen in 2007 auf über **1 060 Euro**, 35 Euro mehr als im Vorjahr. Besonders deutlich trugen LCD-Fernseher, Notebooks und Games (Hard- und Software) zum Wachstum bei, aber auch sparsame Haushalts-Großgeräte und der Produktbereich Kaffee/Espresso. So hilft die folgende Grafik, mit Hilfe von **Einwohnerzahl** und ggf. regionaler **Kaufkraft** ganz schnell das **Umsatzpotenzial** für Technik in einer Region zu errechnen ... doch sehen Sie selbst. (Geräte/Technik für die private Nutzung zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt., ohne Dienste und Dienstleistungen).



Der Weg nach oben

Fotomarkt-Wachstum 1. Halbjahr 2008

Auch für das erste Halbjahr 2008 konstatiert der Photoindustrie-Verband eine weiterhin positive Entwicklung: *„Das Wachstum resultiert in erster Linie aus der ungebrochen hohen Nachfrage an Digitalkameras mit einem Mengenzuwachs von 6 % sowie einem kontinuierlichen Wachstum des Zubehörgeschäfts, insbesondere der Wechselobjektive, Blitzgeräte, Bilderrahmen und Taschen. Auch Photopapier zeigt sich in jüngster Zeit wieder positiv mit einem leichten Zuwachs. Die Zubehörartikel nehmen wertmäßig mehr als 20 Prozent des Photo- und Imagingmarktes ein.“* Dabei wird das digitale Kamerageschäft weiterhin von den positiven Entwicklungen des **Spiegelreflexmarktes** bestimmt. Der Anteil der Spiegelreflexkameras am gesamten Digitalmarkt beträgt zurzeit mengenmäßig erst 11 %, wertmäßig bereits 36 %.

Bis zum nächsten Mal!
Ihr

Willy Fischel

Herausgeber: Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT), Postfach 29 04 61, 50525 Köln, Tel. (0221) 2 71 66-0, Fax: -20; **Redaktion:** Willy Fischel (verantw.), Steffen Kahnt.
foto-focus ist zur persönlichen Information bestimmt. Kopie oder Nachdruck, auch auszugsweise, sind ohne Zustimmung des Herausgebers untersagt.

Klein, smart und HD ready: „NV100 HD" von Samsung

FOTO: SAMSUNG

Vernetzte Erinnerungen

Bei Samsung wird der Fernseher zum Fotoalbum. Mit der „NV100 HD" und nur einem Kabel steht dem Dia-Abend in High Definition nichts mehr im Weg.

Mit der „NV100 HD" stellt Samsung die nächste Entwicklungsstufe im Premiumsegment digitaler Kompaktkameras vor. Die Kamera überzeugt mit einem drei Zoll großen hVGA-Touchscreen-Display und der „Smart-Touch-2.0"-Bedienung, die völlig neue Möglichkeiten der Kamerasteuerung erlaubt. Und damit jedes Detail so richtig zur Geltung kommt, geht die „NV100 HD" mit einer Rekordauflösung von 14,7 Millionen Pixeln und einem 28-Millimeter-Weitwinkelzoom auf Foto-Safari.

FOTO-ALBUM IN HIGH DEFINITION

Eine Kamera wie die „NV100 HD" ist nicht nur ein hochkompakter Videokamera-Ersatz, mit ihr haben auch langweilige Foto-Abende ein Ende. Wie das geht? Ganz einfach! Die auf der Karte gespeicherten Bilder können mit Hilfe der optional erhältlichen HDMI-Dockingstation „SCC-NV5 HD" in bester Qualität an HD-Bildschirmen präsentiert werden. Die Bilder und Filmaufnahmen werden in verlustfreier Qualität über die HDMI-Schnittstelle an moderne HD-Fernseher übertragen. Das garantiert einen völlig neuen Foto- und Filmgenuss, und zwar dort, wo er hingehört: im Wohnzimmer. Die „NV100 HD" liefert zudem gestochen scharfe und extrem detailreiche Videoaufnahmen in HD-Qualität mit 720p Auflösung (1 280 x 720 Pixel) bei 30 Bildern pro Sekunde. Damit ermöglicht die kompakte Digicam eine Filmqualität, die einen Camcorder problemlos ersetzt. Die Videos werden mit dem modernen „H.264-Codec", einer Weiterentwicklung des MPEG4-Standards, komprimiert und liefern hervorragende Bildergebnisse bei gleichzeitig geringem Datenumfang. Dank eines Spezialmikrofons zeichnet die „NV100 HD" den Ton zum Video in Stereoqualität auf. Während der Film- und Tonaufzeichnung kann übrigens der komplette 3,6-fache Brennweitenbereich des Objektivs genutzt werden. Sind die Aufnahmen im Kasten, wird mit der neuen aktiven Diashow der Kamera die gemeinsame Foto-Show zu einem völlig neuen Seh-Erlebnis in HD-Qualität.

QUALITÄTSANSCHLUSS

Inzwischen sind die meisten AV-Geräte vernetzbar. Ob Blu-ray-Player, Videokamera oder das Home-Theater-System, einfach per HDMI-Kabel mit dem Fernseher verbinden, und schon steht hochaufgelöstem Film- und Fernsehgenuss nichts mehr im Weg. Die „NV100 HD" ist das aktuelle HDMI-Modell von Samsung, das mit einem rein digitalen Anschluss an weitere HD-fähige Geräte angeschlossen werden kann. Durch ihren digitalen Anschluss sind bei der kleinen Kamera maximale Bildqualität bei Video und Foto gewährleistet. Für Anwender, die ihre Multimedia-Geräte über eine Fernbedienung steuern wollen, schließt die „NV100 HD" den Kreis der miteinander vernetzten HD-Geräte. Denn auch sie kann über die Fernbedienung des TV-Geräts und „Anynet+" (HDMI CEC) gesteuert werden. Es muss also niemand mehr neben der Kamera sitzen und sie bedienen. Sie wird lediglich per HDMI-Kabel mit dem jeweils vorhandenen Flat-TV verbunden, und los geht die Fotosession.

KLEINER ALLESKÖNNER

Das kompakte Vollmetallgehäuse wiegt nur 138 Gramm und verbindet softe, ergonomische Linienführung mit dem angenehmen Gefühl von Solidität und Robustheit. Die Optik der „NV100 HD" stammt von Schneider-Kreuznach und besteht aus einem lichtstarken 3,6-fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28 bis 102 Millimetern (entsprechend Kleinbildformat).

Durch die Kombination von höchster Auflösung und modernster Objektivrechnung sichert die „NV100 HD" Spitzenbilder für professionelle Ansprüche. Der Sensor der Kamera liefert Bildgrößen von bis zu 4 384 x 3 288 Pixeln; das optional wählbare Wide-Format (bei zehn Megapixeln Bildgröße) produziert 4 384 x 2 464 Bildpunkte und damit adäquates Bildmaterial für die Wiedergabe an modernen 16:9-Bildschirmen. Auch ohne HD-Fernseher sind Betrachtung und Gestaltung von Fotos und Videos mit der „NV100 HD" eine runde Sache. Möglich macht dies das große LC-Display der Kamera.

Der Clou: Der große Bildschirm ist berührungsempfindlich; der Nutzer kann alle relevanten Kameraeinstellungen direkt auf dem LCD vornehmen und muss sich nicht erst durch verzweigte Menüstrukturen hangeln.

HDMI und Anynet+ am PoS

„Anynet+" basiert auf dem HDMI-CEC-Protokoll und ermöglicht die Kommunikation zwischen dem Fernseher und dem jeweiligen Abspielgerät. Für den Handel liefern HDMI und „Anynet+" die besten Argumente am PoS:

- BRILLANTE DIGITALE BILD- UND TONQUALITÄT
- KOMFORTABLE STEUERUNG MIT EINER FERNBEDIENUNG
- KOMPATIBEL ZU GERÄTEN ANDERER HERSTELLER
- KEINE DATENKOMPRESSION
- KEINE A/D- UND D/A-WANDLUNG
- NUR EIN KABEL

Anynet+ HDMI-CEC